

Bilancio 17

GREENPEACE

Greenpeace

Organizzazione Non Lucrativa
di Utilità Sociale

**Bilancio sociale e
di sostenibilità 2017**

PLANET
EARTH FIRST

Indice

Lettera del Presidente	pag. 3
Impact Report a cura del Management	pag. 4
1. Identità, Mission e valori	pag. 6
1.1. NASCITA ED EVOLUZIONE DELLE CAMPAGNE DI GREENPEACE	
1.2. LA MISSION IN UN'OTTICA DI NONVIOLENZA E DI INDIPENDENZA	
1.3. IL VALORE DI APPARTENERE A UNA RETE INTERNAZIONALE	
1.4. LA MAPPA DEGLI STAKEHOLDER E LE ATTIVITÀ DI COINVOLGIMENTO	
1.5. LA GOVERNANCE	
1.6. LE RISORSE ALL'INTERNO DELL'ORGANIZZAZIONE	
1.7. DICONO DI GREENPEACE	
2. Le priorità strategiche: le Campagne e il loro impatto	pag. 26
2.1. ENERGIA E CLIMA	
2.2. TRASPORTI E QUALITÀ DELL'ARIA	
2.3. MARE	
2.4. FORESTE	
2.5. INQUINAMENTO DA PFAS IN VENETO	
2.6. DA DETOX ALLA SOSTENIBILITÀ DEI CONSUMI	
2.7. AGRICOLTURA SOSTENIBILE	
2.8. ACCORDI COMMERCIALI INTERNAZIONALI (TTIP/CETA)	
2.9. ALTRE ATTIVITÀ	
2.10. IL SISTEMA DI VALUTAZIONE DEI PROGETTI: PERFORMANCE, ACCOUNTABILITY AND LEARNING	
3. Le strategie di Engagement	pag. 37
3.1. VERSO UNA COMUNICAZIONE INNOVATIVA	
3.2. LA MOBILITAZIONE ATTRAVERSO I CANALI DIGITALI	
3.3. LA RACCOLTA FONDI AL SERVIZIO DELL'INDIPENDENZA	
3.4. RETENTION E CURA DEL SOSTENITORE	
3.5. IL RISULTATO ECONOMICO	
4. L'impatto ambientale	pag. 48
4.1. EMISSIONI DI CO2 E POLITICHE PER LA RIDUZIONE DEI CONSUMI	
5. La dimensione economica	pag. 50
5.1. ANDAMENTO DELLA GESTIONE 2017	
Stato patrimoniale e rendiconto della gestione	pag. 52
Nota integrativa	pag. 54
Rendiconto finanziario	pag. 68
Nota metodologica	pag. 69
Analisi di materialità	pag. 70
GRI content index	pag. 71
Relazioni della società di revisione	pag. 73

In copertina

La proiezione di Greenpeace a San Pietro alla vigilia dell'incontro tra Papa Francesco e il presidente degli Stati Uniti, Donald Trump.

© Bente Stachowske/Greenpeace

Lettera del Presidente



Il 2017 è stato un anno cruciale per l'Associazione, poiché ha segnato un momento di svolta sia a livello internazionale, con l'applicazione del nuovo **Long Term Global Framework**, sia per l'ufficio italiano, che ha presentato il proprio piano di sviluppo per il triennio 2017-2019 in un quadro sfidante.

Sul versante del programma, infatti, i progetti dovranno rispettare i principi stabiliti nel *Framework*, tra i quali lo sviluppo di campagne che abbiano l'obiettivo di cambiare modi di pensare e abitudini consolidate, e che prevedano il coinvolgimento di nuovi *stakeholder*. Questa è proprio la direzione che ha seguito Greenpeace Italia nell'elaborazione del nuovo **Piano Triennale**, un piano che, pur risentendo delle limitazioni legate al budget, si è posto degli obiettivi ambiziosi in termini di profilo dell'Associazione e di coinvolgimento del pubblico. In quest'ottica, nel corso del 2017 sono state molte le novità introdotte nel modo di lavorare dell'ufficio italiano.

Nell'ambito della **Campagna Clima** Greenpeace ha lavorato in occasione del G7 in Italia con l'obiettivo di ottenere un forte impegno della Presidenza italiana sul tema dei cambiamenti climatici per isolare la posizione negazionista di Trump. La pressione sul Governo è stata posta sia al G7 Energia a Roma, quando un rappresentante dell'Associazione ha incontrato il Ministro Calenda, sia al G7 a Taormina, preceduto da un incontro con il Presidente del Consiglio Paolo Gentiloni. Di recente è stata lanciata l'ultima sfida alle fonti fossili: una campagna "#nodiesel" che chiede ai sindaci delle principali città d'Italia di bandire le auto diesel e investire sulla mobilità sostenibile.

La Campagna **Detox My Fashion** ha continuato a registrare

l'adesione di altre aziende tessili italiane all'impegno Detox, e ha chiuso l'anno con l'evento pubblico sul riuso, il riciclo e l'autoproduzione "Make Something Week", possibile grazie al supporto dei nostri volontari.

La **Campagna Inquinamento** ha visto l'Associazione impegnata contro gli sversamenti di sostanze tossiche (PFAS) da parte delle industrie locali, che hanno inquinato le acque potabili in ampie aree del Veneto, anche grazie alla collaborazione con i comitati locali (le "mamme no PFAS") che sono entrati in azione insieme ai nostri volontari a Venezia, a inizio dicembre, di fronte alla sede del Consiglio Regionale del Veneto. Su questa campagna ha debuttato la nuova **Unità investigativa** che ha prodotto un rapporto per ricostruire le vicende dell'azienda Miteni responsabile dell'inquinamento da PFAS.

La **Campagna Mare** ha lanciato con successo il progetto "NoPlastic", nel corso di un tour nel Mediterraneo della Rainbow Warrior che ha visto Greenpeace collaborare con il CNR, l'Università delle Marche e la Stazione Zoologica di Anton Dohrn, nella raccolta di dati sulla presenza di microplastiche in mare e negli organismi marini.

La **Campagna Food for Life** ha fatto pressione e ha ottenuto pubblicamente, da parte del Ministro Lorenzin, il no ufficiale dell'Italia alla votazione in Commissione europea sulla proposta per il rinnovo dell'autorizzazione all'utilizzo del glifosato.

La **Campagna Foreste** ha continuato a denunciare i danni che i prodotti usa e getta, come i tessuti in carta, provocano alla Grande Foresta nordeuropea.

Ringrazio per tutto questo il direttore Giuseppe Onufrio e il Senior Management Team, lo staff, la nostra rete di oltre mille volontari e attivisti e gli oltre 80 mila sostenitori e 700 mila cyberattivisti, che non hanno smesso di sostenerci, dimostrandoci che la nostra **mission**: *denunciare i problemi ambientali e promuovere soluzioni per un futuro verde e di pace*, è più viva e sentita che mai.

Il Presidente
Andrea Purgatori

Impact report a cura del Management

LA MISSIONE, LE CAMPAGNE, I SOSTENITORI DI GREENPEACE

“Le nostre attività sono sostenute e influenzate solo da persone come i nostri sostenitori”.



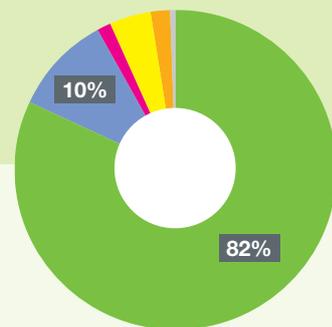
Le campagne di Greenpeace non nascono dal nulla e all'improvviso, ma sono il frutto di un lento e costante lavoro. È solo grazie a un mix di indagini, di attività di pressione, ricerca di prove, petizioni, azioni creative e pacifiche

per far sentire il messaggio e coinvolgere quante più persone possibile, che l'Organizzazione riesce a raggiungere i propri obiettivi. E questo accade grazie ai suoi sostenitori, economici e non, gli unici che possono pretendere di indirizzarne gli obiettivi.

Tutti i soldi che Greenpeace utilizza provengono dai sostenitori. Per *policy*, infatti, l'Organizzazione non accetta fondi da governi, aziende, istituzioni internazionali: solo così ha la possibilità di essere indipendente e di rimanere concentrata sui propri obiettivi senza influenze esterne. Greenpeace conosce il grande valore dell'aiuto dei suoi sostenitori e sente la responsabilità di spendere con molta attenzione e trasparenza i fondi raccolti.

Quello che segue è un breve resoconto della raccolta fondi e delle spese per la missione di Greenpeace: cambiare opinioni e comportamenti per proteggere l'ambiente e per promuovere la pace. Una missione che può essere raggiunta solo con il contributo delle tante persone coinvolte: semplici simpatizzanti, sostenitori, donatori.

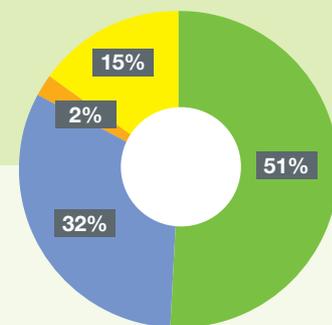
**Il Direttore Esecutivo
Giuseppe Onufrio**



COME RACCOGLIAMO I FONDI

Migliaia di euro

Donazioni da sostenitori	7.342
5x1000	853
Contributi da Greenpeace International	105
Lasciti	399
Merchandising	172
Eventi/Crowdfunding	0
Donazioni da fondazioni	0
Altro (50k da rilascio fondo rischi)	59
TOTALE PROVENTI	8.930

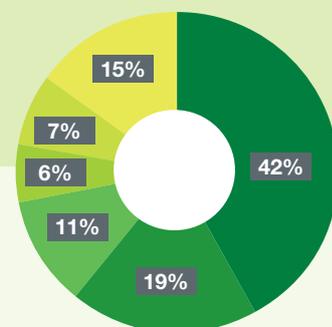


COME SPENDIAMO I FONDI

Migliaia di euro

Attività di missione*	4.480
Raccolta fondi	2.873
Merchandising	135
Supporto e organizzazione	1.357
TOTALE	8.845

*La missione (vedi dettaglio nel grafico successivo) include campagne globali e italiane, attivismo e volontariato, mobilitazione, comunicazione e sensibilizzazione. Alcune di queste attività di advocacy contengono ask di raccolta fondi, e sono quindi rendicontate all'interno di questa voce.



COME INVESTIAMO NELLA MISSIONE

Migliaia di euro

Campagne globali	1.897
Attività di campagna in Italia	841
Attivismo e volontariato	494
Mobilizzazione digitale	294
Comunicazione campagne	298
Attività di sensibilizzazione	656
TOTALE	4.480

AGIRE PER FARE LA DIFFERENZA

Il 2017 è stato un anno ricco di sfide ed è stato grande l'impatto che, grazie ai propri sostenitori, Greenpeace ha avuto nel mondo e in Italia. Ecco in breve, le attività più rilevanti realizzate in territorio italiano.



©Lorenzo Moscia/Greenpeace



CLIMA

Per la prima volta a un vertice del G7 il cambiamento climatico si impone come tema di assoluto rilievo, questo grazie anche alle azioni di Greenpeace. A novembre, l'Italia formalizza lo stop al carbone entro il 2025: degna conclusione di una lunga e intensa campagna.



©Francesco Alesi/Greenpeace



INQUINAMENTO

Con azioni, denunce, investigazioni e un lavoro in coalizione con comitati e associazioni locali, Greenpeace interviene sulla questione dell'inquinamento da sostanze perfluoro-alchiliche (PFAS) in Veneto. Oggi, il livello di PFAS nell'acqua potabile delle aree maggiormente colpite è praticamente azzerato.



©Francesco Alesi/Greenpeace



AGRICOLTURA SOSTENIBILE

Tra febbraio e giugno una coalizione di associazioni, tra cui Greenpeace, riesce a raccogliere 1 milione e 300 mila firme di cittadini europei per fermare il rinnovo dell'autorizzazione al glifosato. Il rinnovo alla fine è concesso per soli cinque anni e alcuni Paesi, tra cui l'Italia, annunciano di voler bandire questa pericolosa sostanza.



©Lorenzo Moscia/Greenpeace



TRASPORTI

Greenpeace lancia la campagna per il bando nelle città dei motori diesel. Da ottobre pubblica i dati dell'elevato inquinamento da biossido d'azoto (un gas con impatto sanitario accertato) nei pressi di scuole a Roma, Milano, Torino e Palermo. Con le quattro municipalità viene avviato un dialogo proficuo che mira a definire i termini del bando.



©Lorenzo Moscia/Greenpeace



MARE

Con lo slogan "Più Mediterraneo, meno plastica" a luglio la nave Rainbow Warrior ospita iniziative di informazione ed educazione ambientale con a bordo un team di scienziati. Greenpeace lancia una petizione per una posizione ambiziosa dell'Italia in sede comunitaria e, a fine anno, la Commissione Europea approva una interessante strategia contro l'inquinamento da plastica.



©Francesco Alesi/Greenpeace



FORESTE

Essity, proprietaria del marchio "Tempo", utilizza legname che deriva dalla distruzione delle ultime foreste vergini europee. Anche in Italia l'azienda è messa sotto pressione. A ottobre avvia un dialogo con Greenpeace International per eliminare dalla sua filiera questa vergognosa contaminazione.

1. IDENTITÀ, MISSION E VALORI

Greenpeace è un'Associazione nonviolenta, che utilizza azioni dirette per denunciare in maniera creativa i problemi ambientali e promuovere soluzioni per un futuro verde e di pace. Greenpeace è indipendente e non accetta fondi da enti pubblici, aziende o partiti politici.



[dati del 2017]

GREENPEACE nel mondo



in Italia



Nasce nel 1986



Sede legale

Roma, via della Cordonata 7



Altra sede operativa

Milano, via G.B. Piranesi 10

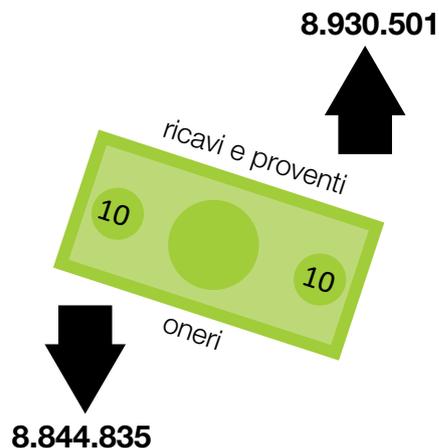


Dipendenti in organigramma **53**

Attivisti/Volontari **1.200** circa

Attivisti online **797.448**
(inclusi donatori con email)

Donatori in Italia **80.814**
(attivi nel 2017)



Configurazione fiscale: **ONLUS**

¹ La denominazione statutaria di Greenpeace in Italia è "Greenpeace ONLUS". Nel Bilancio, per sintesi, si utilizzerà prevalentemente la denominazione "Greenpeace" o anche, quando opportuno, per evitare confusione con Greenpeace International, "Greenpeace Italia".

² Sul sito di Greenpeace International, www.greenpeace.org, è disponibile la lista di tutti gli uffici operativi.

QUADRO LEGALE GREENPEACE ITALIA:

- ha ricevuto in licenza da Greenpeace International il diritto di usare il nome "Greenpeace";
- non ha altre sezioni né articolazioni territoriali oltre alla sede legale di Roma e quella operativa di Milano;
- dal 1987 è riconosciuta dal Ministero dell'Ambiente in qualità di "organizzazione per la tutela dell'ambiente";
- si conforma al Decreto Legislativo 460/97;

- è registrata presso la Camera di Commercio di Roma ed è un soggetto giuridico dal 2000;
- dal 1998 ha lo status di "organizzazione non lucrativa di utilità sociale" (ONLUS) ed è iscritta all'Anagrafe delle ONLUS dell'Agenzia delle Entrate;
- specifica la sua missione e fornisce il quadro della governance interna, così come del processo decisionale politico, all'interno del proprio Statuto (che può essere consultato al seguente link: www.greenpeace.org/italy/it/chiamo/ufficio-italiano/Lo-statuto/).

1.1. NASCITA ED EVOLUZIONE DELLE CAMPAGNE DI GREENPEACE

Il **15 settembre 1971** un gruppo di attivisti salpa da Vancouver con un vecchio peschereccio, il Phyllis Cormack, ed entra nella storia. Il loro scopo è protestare in modo non violento contro i test nucleari USA ad Amchitka, in Alaska, una delle regioni più sismiche al mondo e dimora

di specie in via d'estinzione. Questi attivisti sono stati i fondatori di Greenpeace. In pochi anni, la difesa dell'ambiente e il pacifismo diventano l'impegno di molti. Le immagini di donne e uomini che sfidano le gigantesche navi baleniere o difendono con il proprio corpo i cuccioli di foca stimolano la nascita di una coscienza ecologica mondiale. Così l'attivismo prende forma fino a quando i distinti gruppi di Greenpeace non confluiscono in un'unica organizzazione a livello mondiale.

MONDO	ANNO	ITALIA
Nasce Greenpeace International.	1979	
Adozione della moratoria alla caccia alle balene.	1982	
Adozione della moratoria allo scarico di rifiuti radioattivi in mare.	1983	
Affondamento della Rainbow Warrior nel porto di Auckland e morte del fotografo di bordo Fernando Pereira.	1985	
	1986	Nasce a Roma Greenpeace Italia. Prima azione contro il trasporto di scorie nucleari della centrale di Latina a Sellafield.
Viene acquistata la nuova Rainbow Warrior.	1987	Gli italiani votano Sì al Referendum contro il nucleare.
L'Antartide diventa Parco Mondiale: firma della moratoria di 50 anni ad attività di sfruttamento minerario e petrolifero.	1991	
La Conferenza delle Parti del Protocollo di Montreal raggiunge un accordo per fermare la produzione dei clorofluorocarburi.	1992	
I governi statunitense, britannico, russo e francese dichiarano una moratoria ai test nucleari sotterranei. Le Nazioni Unite decidono una moratoria mondiale delle spadare.	1993	Il Parlamento italiano vota la legge per la protezione della fascia d'ozono.
La Convenzione di Basilea mette al bando l'esportazione di rifiuti tossici dalle nazioni industrializzate verso quelle in via di sviluppo.	1994	
La Convenzione di Oslo a Parigi proibisce l'affondamento delle piattaforme petrolifere nel Mare del Nord. Greenpeace raccoglie oltre sei milioni di firme contro i test nucleari francesi a Mururoa.	1995	Campagna contro i test nucleari francesi: Gianna Nannini scala il balcone dell'Ambasciata di Francia a Roma. Greenpeace viene ricevuta dal Presidente della Repubblica Oscar Luigi Scalfaro.
La Francia decide la fine dei test nucleari nell'Atollo di Mururoa.	1996	
Firmato il Protocollo di Kyoto che impegna i Paesi industrializzati a una riduzione delle emissioni di gas a effetto serra entro il 2012.	1997	
La Convenzione OSPAR approva il bando dell'affondamento delle piattaforme petrolifere nel Mare del Nord.	1998	L'Unione Europea decide la progressiva eliminazione delle spadare dal Mediterraneo.
	1999	Istituzione del Santuario per i cetacei nel Mar Ligure, proposto da Greenpeace dal 1989.
Entra in vigore la Convenzione di Stoccolma che invita all'eliminazione di tutti i composti chimici inquinanti persistenti.	2004	Entra in vigore la normativa europea che prevede l'etichettatura dei prodotti contenenti OGM.
	2006	L'UE adotta il regolamento REACH sulle sostanze chimiche.
Campagna di Greenpeace "GreenMyApple": l'azienda annuncia l'eliminazione delle sostanze chimiche più nocive dai propri prodotti.	2007	
	2008	Ferrero accetta di promuovere la moratoria sull'uso di olio di palma proveniente dalla deforestazione dell'Indonesia.
L'Europa mette al bando il commercio di legname illegale.	2010	Mondadori, Feltrinelli e altri editori decidono di stampare i propri libri solo su carta "amica delle foreste".
Terremoto e tsunami in Giappone; danni alla centrale nucleare di Fukushima. Varo della nave Rainbow Warrior III, improntata alla sostenibilità e all'efficienza energetica.	2011	Gli italiani si esprimono nuovamente in un referendum sancendo l'abbandono definitivo del nucleare.
Zara si unisce a Puma, Nike, Adidas, H&M, Benetton nell'impegno per eliminare le sostanze chimiche pericolose dai propri prodotti.	2012	
Arresto degli Arctic30 da parte dei militari russi, detenzione in Russia e liberazione alla vigilia di Capodanno.	2013	
La caccia scientifica alle balene, condotta dal Giappone, viene dichiarata illegale dalla Corte Internazionale di Giustizia.	2014	Cancellazione del progetto di conversione a carbone della centrale di Porto Tolle.
Shell abbandona le trivellazioni nell'Oceano Artico. Conferenza sul clima di Parigi: siglato accordo con l'obiettivo di mantenere l'aumento di temperatura inferiore ai 2 gradi.	2015	ENEL si impegna a essere carbon neutral entro il 2050. 17 nazioni europee e 4 regioni bandiscono le colture OGM dai propri territori.
La più grande area marina protetta del mondo viene creata nel Mare di Ross, al largo della costa dell'Antartide.	2016	Venti aziende del distretto tessile di Prato annunciano il loro impegno nei confronti di Detox.
Gore Fabrics si impegna a eliminare i PFC pericolosi dalle proprie linee di prodotti.	2017	

1.2. LA MISSION IN UN'OTTICA DI NONVIOLENZA E DI INDIPENDENZA

La missione di Greenpeace, i suoi principi, le azioni e le ambizioni sono stati oggetto, all'inizio del nuovo secolo, di un processo di revisione, che ha coinvolto l'ufficio internazionale e quelli regionali e nazionali. Questo processo è sfociato nella *Guida all'identità di Greenpeace* (<http://www.greenpeace.org/italy/it/chiamo/Missione/Guida-allidentita/>)

GREENPEACE: UNA DICHIARAZIONE D'IDENTITÀ

Greenpeace è un'organizzazione globale indipendente che sviluppa campagne e agisce per cambiare opinioni e comportamenti, per proteggere e preservare l'ambiente e per promuovere la pace.

In particolare Greenpeace si propone di:

- **favorire una rivoluzione energetica** che aiuti ad affrontare il principale pericolo per il nostro pianeta: i cambiamenti climatici;
- **difendere i nostri oceani**, sfidando la pesca eccessiva e distruttiva e creando una rete globale di riserve marine;
- **proteggere le ultime foreste primarie** del mondo e gli animali, le piante, le popolazioni che da esse dipendono;
- **lavorare per il disarmo e la pace**, affrontando le cause dei conflitti e chiedendo l'eliminazione di tutte le armi nucleari;
- **creare un futuro libero da sostanze tossiche** grazie ad alternative più sicure dei composti chimici oggi presenti nei prodotti;
- **promuovere l'agricoltura sostenibile**, rifiutando gli organismi geneticamente modificati, proteggendo la biodiversità, incoraggiando pratiche agricole responsabili.

Il perseguimento di tali finalità avviene:

- **investigando, denunciando e affrontando** gli abusi ambientali;
- **sfidando** il potere politico ed economico di chi può rendere effettivo il cambiamento;
- **proponendo** soluzioni economicamente sostenibili e socialmente giuste che offrano speranza a questa generazione e a quelle future;
- **stimolando** la gente ad assumersi la responsabilità del Pianeta.



Attivisti in azione durante il G7 Energia a Roma.
©Francesco Alesi/Greenpeace

I principi alla base dell'agire

L'identità non si esaurisce nell'enunciazione della missione e degli strumenti adottati per perseguirla³. Greenpeace, infatti, fonda la sua azione su semplici principi che la definiscono e ai quali cerca in ogni momento di restare fedele. La chiave di volta, il concetto che tiene tutto insieme è: **agire per ispirare gli altri**.

NONVIOLENZA: da sempre, nel profondo delle nostre radici c'è il principio dell'azione pacifica.

CONFRONTO: crediamo nel confronto creativo, e di poter mobilitare le persone attraverso idee stimolanti e modi di agire.

INDIPENDENZA: Greenpeace viene sostenuta esclusivamente da singoli individui.

IL POTERE DI AGIRE INSIEME: crediamo nel potere di molti di affrontare i problemi ambientali e promuovere soluzioni.

L'importanza di essere indipendenti

L'indipendenza politica ed economica è un pilastro della nostra Organizzazione e ci permette di esporci e confrontarci con chi detiene il potere senza condizionamenti, in modo credibile e con un profilo autorevole.

Greenpeace considera molto seriamente il dovere di essere trasparente e responsabile. Un documento internazionale di policy guida le attività di raccolta fondi e **tutti i finanziamenti più consistenti vengono sottoposti a controllo per verificarne la provenienza**. Stessi criteri guidano la scelta dei fornitori.

Le campagne: occhio sull'obiettivo

Lavorare per campagne e obiettivi specifici è l'approccio che da sempre caratterizza Greenpeace, alla base della struttura organizzativa sia degli uffici nazionali che di Greenpeace International, che dà una forte impronta a tutte le attività e condiziona i diversi aspetti della nostra missione. Indipendenza, nonviolenza, confronto, mobilitazione delle persone sono i modi che Greenpeace ha scelto per raggiungere i propri obiettivi. Lavorare per campagne, inoltre, è la maniera migliore di **concentrare le limitate risorse**, senza disperderle in troppe attività contemporanee.

³ Per maggiori dettagli sull'oggetto sociale di Greenpeace Onlus si rinvia all'art. 3 dello Statuto, scaricabile dal sito internet (vedi quadro legale).

1.3. IL VALORE DI APPARTENERE A UNA RETE INTERNAZIONALE

Il carattere globale dell'organizzazione

Negli anni Greenpeace è diventata un'organizzazione internazionale presente in tutto il mondo, e il suo **carattere globale emerge tanto dalle sue campagne quanto dalle soluzioni proposte**: entrambe devono essere inserite nel contesto dello sviluppo e della pianificazione comune delle campagne internazionali.

La recente necessità di **riorganizzare le campagne per migliorare l'impatto sulla società globale** ha portato, negli ultimi anni, alla ideazione e sviluppo di un **modello operativo di campagne "distribuite"**, pilotate non dal centro ma da quelle realtà nazionali e regionali di maggiore rilievo sul tema specifico, attraverso la creazione di "centri d'eccellenza" e lo spostamento di risorse verso i Paesi dove le emergenze sono prioritarie. Di tutto questo si parlerà meglio nel capitolo 2.

Greenpeace International, la cui funzione di coordinamento fa capo allo Stichting Greenpeace Council (insieme allo Stichting Marine Services), gestisce la flotta delle navi, finanzia gli uffici nazionali ritenuti strategici fino alla loro autonomia finanziaria, concentra risorse aggiuntive sulle priorità dell'Organizzazione, operando con uno staff di coordinamento per le Campagne (Global Campaign Leaders), per il Fundraising e per la gestione amministrativa delle diverse articolazioni nazionali. La relazione tra Greenpeace International con gli uffici nazionali è curata da un loro rappresentante chiamato *Trustee*, che partecipa all'AGM (Assemblea Annuale). Gli uffici nazionali assumono i propri impegni sui progetti globali e sugli obiettivi dipartimentali tradizionali presentando ogni tre anni un Piano Triennale e ogni anno l'Organisational Development Plan (ODP) che contiene le previsioni di bilancio e le richieste di supporto operativo (e solo in casi eccezionali finanziari) a GPI. Il processo di definizione dell'ODP è sostenuto dal controllo di gestione interno e coordinato a livello internazionale dalla figura del Development Manager.

Il Framework Agreement, il ruolo del Development Manager e l'attuazione delle policy internazionali

La relazione di Greenpeace Italia con Greenpeace International (GPI) è di natura sia **programmatica che di sostegno economico**, ed è regolata con un **FRAMEWORK AGREEMENT** (accordo quadro), che fissa a carico di Greenpeace Italia una quota annuale di contribuzione calcolata in percentuale delle entrate, al netto delle spese di raccolta fondi del secondo anno antecedente, secondo un modello di contribuzione approvato a livello globale. Inoltre, Greenpeace Italia contribuisce al coordinamento europeo con uno specifico stanziamento annualmente convenuto, autorizzato dal Consiglio Direttivo al momento dell'approvazione del budget annuale.

Firmando il FRAMEWORK AGREEMENT, Greenpeace Italia si è impegnata a riportare periodicamente all'ufficio internazionale aggiornamenti sulle attività in corso e sugli obiettivi raggiunti. L'interfaccia tra Greenpeace International e il Consiglio Direttivo di Greenpeace Italia è il **DEVELOPMENT MANAGER (DEVO)**, che supervisiona le attività dell'ufficio nazionale e viene informato regolarmente circa l'operato del Consiglio Direttivo, partecipa alle riunioni degli organi statutari (anche via conferenze call), e riceve per conoscenza le relazioni periodiche delle attività. In particolare, il Direttore Esecutivo insieme con il SMT invia al Consiglio Direttivo e al DEVO i report trimestrali dipartimentali, il piano di sviluppo annuale, e la revisione semestrale degli obiettivi inseriti nel piano.

Annualmente il Consiglio Direttivo svolge un'autovalutazione del proprio operato seguendo un iter specifico indicato da Greenpeace International, e dunque coinvolgendo nel processo anche il DEVO. A sua volta, e con le stesse modalità, il Consiglio Direttivo valuta annualmente il Direttore Esecutivo.

L'adesione alle policy internazionali è un altro principio cardine del Framework Agreement (vedi tabella).

POLICY INTERNAZIONALI ATTUATE DA GREENPEACE ITALIA

POLICY	CONTENUTO	AMBITO
CORE ORGANISATIONAL POLICIES	Adesione alla pace, alla nonviolenza, rifiuto del conflitto armato, rispetto delle popolazioni indigene, rispetto dei diritti umani basilari, della democrazia.	Sociale, Mission, Diritti Umani
RELATIONSHIP FR AND THIRD PARTIES	Principi guida etici per le campagne e le attività di raccolta fondi, al fine di salvaguardare l'indipendenza economica, etica e politica di Greenpeace.	Raccolta Fondi
ANTI-BRIBERY CORRUPTION POLICY	Rifiuto di ogni atto di corruzione (pagamenti ai fini di ottenere agevolazioni, tentativi di estorsione, accettazione di regali con l'aspettativa di una ricompensa).	Sociale
WHISTLEBLOWER POLICY	Tutela chi comunica gravi violazioni delle policy al Presidente del Consiglio Direttivo.	Sociale, Diritti Umani
OPEN INFORMATION POLICY	Best practices nella gestione delle informazioni a tutela di sostenitori e risorse umane.	Sociale Comunicazione
ANTI-HARASSMENT POLICY	Procedura per segnalare eventuali casi di molestie ai danni delle risorse di Greenpeace.	Sociale, Diritti Umani
GLOBAL TEXTILE POLICY	Impegno a utilizzare, per gli scopi dell'Associazione, solo cotone e prodotti che abbiano il minimo impatto ambientale e in linea con i valori dell'Organizzazione.	Mission
GREEN PROCUREMENT POLICY	Definisce l'impegno ad acquisti e commesse di spesa sostenibili.	Economico, Mission
RENEWABLE ELECTRICITY PURCHASING POLICY	Regola l'utilizzo di energia rinnovabile per l'ufficio e per le attività dell'Associazione.	Economico, Mission
PERFORMANCE ACCOUNTABILITY AND LEARNING	Impegno all'innovazione, all'apprendimento e alla condivisione di best practices nella valutazione dei progetti.	Mission

“Dalla sua nascita, Greenpeace deve essere diventata l’organizzazione che riceve la maggior parte di disegni sulle balene realizzati dai bambini delle scuole di tutto il mondo!”

(dal sito di Greenpeace International)

1.4. LA MAPPA DEGLI STAKEHOLDER E LE ATTIVITÀ DI COINVOLGIMENTO

Con il termine **stakeholder**, spesso tradotto in italiano con “portatori di interessi”, si intendono tutti i soggetti, individuali o collettivi (e quindi singoli cittadini, gruppi informali e organizzazioni) che si può prevedere:

- **siano influenzati** in modo significativo dalle attività dell’organizzazione;
- **possano influenzare** la capacità dell’organizzazione di mettere in atto strategie e conseguire i suoi obiettivi.

In Greenpeace l’attenzione e il dialogo con gli stakeholder è un’area molto significativa, date anche le complesse relazioni e forme di coinvolgimento che l’Associazione ha con interlocutori molto diversi fra loro.

Di seguito identifichiamo le principali categorie di *stakeholder* di Greenpeace. Tale identificazione, così come l’indicazione dei casi specifici di interazione relativi all’anno oggetto di reportistica, è avvenuta con un percorso partecipato, che ha coinvolto i principali membri dello staff di Greenpeace: dai direttori ai manager di linea fino ai responsabili di campagna e ad altri soggetti ancora. **Dal 2014 è stato avviato il processo di Stakeholder Engagement**, di cui si parlerà qui di seguito.

Stakeholder di missione: l’ambiente e le generazioni future. La nostra missione è quella di proteggere e tutelare l’ambiente, gli habitat naturali e la biodiversità, denunciando e combattendo i crimini che minacciano il Pianeta. In questo rientra anche la responsabilità verso le generazioni future. Riteniamo che ciascuna generazione riceva temporaneamente la Terra in eredità, e la sorte di chi verrà dopo di noi dipende dalle decisioni e dalle misure che adottiamo oggi. Non a caso, uno tra i nostri slogan più usati è: *“Abbiamo ereditato la Terra dai nostri antenati e la lasceremo alle generazioni future. Greenpeace esiste perché questo fragile Pianeta merita una voce”*.

Stakeholder che rendono possibile l’operato dell’Associazione: sono coloro i quali hanno un interesse legittimo rispetto alle decisioni e alle politiche dell’Organizzazione e da cui dipende la sopravvivenza e la sostenibilità dell’Organizzazione stessa. Sono i soci, i dipendenti retribuiti, i volontari e gli attivisti, i donatori individuali.

Rete internazionale: Greenpeace International e tutti gli altri uffici nazionali e regionali (NROs), ma anche le organizzazioni alleate, i movimenti e le piattaforme di mobilitazione con le quali Greenpeace coopera.

Rete nazionale: le altre associazioni non profit con cui Greenpeace in Italia si confronta e collabora sia per iniziative di campagne sia creando gruppi di interesse nell’ambito della raccolta fondi; i comitati locali che nascono attorno a temi e obiettivi concordi con le campagne di Greenpeace.

Stakeholder che hanno una responsabilità cruciale nelle questioni ambientali: sono quei soggetti politici ed economici che, avendo un impatto molto forte sull’ambiente, hanno anche una grande responsabilità nel determinare scelte, decisioni e orientamenti sulle questioni ambientali. Si tratta delle istituzioni, del governo nel suo complesso, e più in generale del mondo della politica e delle imprese, in particolare quelle multinazionali. Il rapporto con questi *stakeholder* è spesso complesso e ambivalente poiché a volte si possono creare opportunità di confronto e collaborazione, altre volte, se le posizioni sui temi ambientali sono diverse, di conflitto.

Media e i social network: coloro i quali ci aiutano a diffondere e far conoscere le nostre attività e iniziative presso l’opinione pubblica. Greenpeace, da tempo, ha ampiamente incluso i nuovi media in una strategia di comunicazione integrata, per sintonizzarsi sempre di più con i cambiamenti di linguaggio e di canali di comunicazione.

Collettività e Consumatori: attraverso la produzione di rapporti specifici, risultati di ricerche e denunce, Greenpeace cerca di orientare le scelte dei consumatori e influenzare positivamente l’opinione pubblica verso una maggiore responsabilità ambientale e sociale.

Fornitori: Greenpeace attua precise politiche di trasparenza nei processi di selezione e nei rapporti con i fornitori i quali devono garantire comportamenti ecologicamente sostenibili nella produzione. La sostenibilità è dunque alla base dell’impegno anche nel rapporto con i fornitori.



ANALISI DEGLI STAKEHOLDER

STAKEHOLDER	STRUMENTI E CANALI DI COMUNICAZIONE	AREA DI INTERESSE
TUTTE LE CATEGORIE	Bilancio e sito internet	Informazioni trasparenti e complete sulle attività.
STAKEHOLDER CHE RENDONO POSSIBILE L'OPERATO DELL'ASSOCIAZIONE		
SOCI	Partecipazione all'assemblea, mailing list, report e documenti interni.	Partecipazione al governo dell'Associazione, elezione Board e organi di controllo, approvazione Bilancio.
DIPENDENTI E COLLABORATORI	Staff meeting; newsletter; aggiornamento professionale; giornate dedicate al team building.	Dialogo interno, strumenti di sviluppo professionale, e per i dipendenti il sistema di Performance Review Talk (PRT) che privilegia equità e merito.
VOLONTARI E ATTIVISTI	Incontri periodici nazionali; formazione sulla non violenza; formazione specifica su climbing e boat driving per gli attivisti.	Strumenti di formazione, coinvolgimento in attività di volontariato per promuovere con azioni dirette e non violente le campagne.
DONATORI	Riepilogo doni, direct mailing, 4 numeri/anno della rivista, programmi dedicati; inviti a visitare la flotta di GP quando si trova in porto.	Trasparenza nelle comunicazioni e nella gestione dei fondi, partecipazione alle attività dell'Organizzazione, aggiornamenti sulle attività e sui risultati.
RETE INTERNAZIONALE		
GREENPEACE INTERNATIONAL E NROS	Incontri periodici, report condivisi, workshop tematici, intranet, progetti internazionali.	Scambio di "know-how" e buone pratiche, supporto attraverso consulenze e finanziamenti mirati.
RETE NAZIONALE		
ASSOCIAZIONI NON PROFIT	Riunioni e incontri, partecipazione a forum e a tavole rotonde su temi specifici.	Collaborazioni per progetti trasversali, creazione di buone pratiche in materia di trasparenza e regole, coinvolgimento in azioni di Campagna.
STAKEHOLDER CHE HANNO UNA RESPONSABILITÀ CRUCIALE NELLE QUESTIONI AMBIENTALI		
ISTITUZIONI GOVERNO POLITICA IMPRESE	Comunicati stampa, rapporti e ricerche, azioni dimostrative dirette e non violente allo scopo di aumentare il livello e la qualità del dibattito pubblico, attività di lobbying.	Indipendenza da partiti politici e interessi commerciali; trasparenza nella provenienza delle donazioni; elevato livello tecnico nelle proposte e nel confronto basato su informazioni corrette; stimolo ad attivare comportamenti ecologicamente sostenibili.
MEDIA E SOCIAL NETWORK		
MEDIA	Conferenze stampa; comunicati e brief per giornalisti; servizi video e approfondimenti; interviste dei Campaigner e del Direttore esecutivo.	Informazioni corrette, dettagliate, supportate da riferimenti scientifici, sulle campagne e le iniziative di Greenpeace per poter diffondere a loro volta una informazione corretta e circostanziata.
SOCIAL NETWORK	Costante comunicazione via mail e sui principali social network, creazione di community di Greenpeace per far conoscere le campagne e far agire i privati cittadini in rete.	Informazioni aggiornate e di rilievo per conoscere gli obiettivi delle nostre campagne e potersi mobilitare on line, partecipare attivamente alle iniziative e poter diventare sostenitori.
COLLETTIVITÀ E CONSUMATORI		
COLLETTIVITÀ E CONSUMATORI	Comunicati stampa, diffusione di rapporti e ricerche.	Informazioni corrette e chiare per realizzare scelte di consumo consapevoli e influenzare positivamente l'opinione pubblica.
FORNITORI		
FORNITORI	Acquisto di beni/servizi con procedura acquisti, richiesta di adozione di standard.	Trasparenza nella scelta dei fornitori e promozione di cicli virtuosi e di comportamenti ecologicamente sostenibili nella produzione.

ATTIVITÀ DI COINVOLGIMENTO DEGLI STAKEHOLDER – ANNI 2014-2015-2016

ANNI	METODOLOGIA	STAKEHOLDER COINVOLTI
2014	<ul style="list-style-type: none"> Survey e interviste 	<ul style="list-style-type: none"> Soci, staff, rete volontari, cyberattivisti
2015	<ul style="list-style-type: none"> Interviste Report di incontri e interazioni Ricerca di mercato Consultazione interna per ridefinizione vision 2017-2026 	<ul style="list-style-type: none"> Associazioni Imprese e Istituzioni Collettività Greenpeace International
2016	<ul style="list-style-type: none"> Consultazione interna per piano triennale di sviluppo 	<ul style="list-style-type: none"> Staff Greenpeace Italia



Stakeholder engagement

Negli ultimi anni Greenpeace ha avviato il processo di **Stakeholder Engagement** al fine di verificare il grado di soddisfazione e le aspettative dei principali portatori d'interesse rispetto all'attività istituzionale dell'Associazione, aumentando così il livello di trasparenza e di posizionamento relazionale nei loro confronti. Con il passaggio allo standard di rendicontazione del GRI G4, lo *Stakeholder Engagement* è diventato funzionale anche all'individuazione dei **temi materiali** per l'Associazione, cioè quei temi economici e sociali che sono percepiti prioritari dal management per la loro potenzialità di generare impatti sulla *mission*, e al contempo rilevanti per gli *stakeholder*, in quanto potrebbero influenzare significativamente le loro aspettative, decisioni e azioni.

Metodologia utilizzata: in prima istanza Greenpeace ha identificato gli obiettivi di coinvolgimento degli *stakeholder* in modo coerente e integrato con gli obiettivi strategici dell'Organizzazione. Si è poi provveduto ad analizzare la mappatura degli *stakeholder* da coinvolgere e a definire gli strumenti di coinvolgimento e le tematiche da trattare, sviluppando il piano d'intervento per un corretto ed efficace *engagement*. Al termine dell'attività sono stati analizzati i principali temi critici emersi, e le possibili risposte da dare al portatore d'interessi.

In questa edizione del Bilancio, Greenpeace intende concludere il ciclo dello *Stakeholder Engagement* rivolgendo la propria analisi verso quei soggetti non ancora interpellati nei cicli precedenti, e analizzando nuovamente le esigenze e opinioni di alcuni, ovvero: **DONATORI**,

GREENPEACE INTERNATIONAL, GOVERNO E POLITICA, MEDIA E SOCIAL NETWORK, COLLETTIVITÀ.

Per le attività di coinvolgimento degli stakeholder nell'ambito delle singole campagne, si rimanda al capitolo 2. Per i risultati relativi alle attività di mobilitazione e sui social network, si veda il capitolo 3.

DONATORI

Nel corso del 2017 l'Unità Retention ha effettuato un'analisi del database dei sostenitori periodici al fine di verificare il loro tasso di fidelizzazione, suddividendoli per anni di donazione ricorrente e continuativa, rispetto ai donatori che decidono di revocare (vedi tabella).

I dati evidenziano una propensione alla fedeltà e ad un minor tasso di abbandono all'aumentare degli anni di donazione continuativa. Possiamo quindi dedurre che l'abbandono è inversamente proporzionale agli anni di donazione. I donatori più recenti, ovvero nel primo anno di donazione, sono i donatori con percentuali di abbandono più elevate, che superano il 22 per cento.

Risulta chiaro come il **percorso di cura e coltivazione della relazione con i donatori debba focalizzarsi e migliorare la sua efficacia nel primo anno (12 mesi)** affinché i tassi di abbandono possano diminuire; questo significa riuscire a modellare e costruire un insieme di comunicazioni rilevanti e consistenti che permettano ai donatori più recenti di scegliere consapevolmente di rinnovare la loro donazione.

A questo proposito, a partire dal 2017, nel corso delle comunicazioni di benvenuto dei nuovi donatori viene inviato un breve que-

ANNI/MESI	DICEMBRE 2017			ANNO PRECEDENTE		
	ATTIVI	PERSI	RETENTION RATE %	ATTIVI	PERSI	RETENTION RATE %
0-12 mesi	13.653	3.079	77,4%	14.599	3.426	76,5%
13-24 mesi	11.087	1.822	83,8%	12.287	2.140	82,6%
3-5 anni	20.296	2.626	87,1%	19.662	2.398	87,8%
6-10 anni	13.023	1.097	91,6%	10.178	900	91,2%
>10 anni	9.215	561	93,9%	8.836	501	94,3%
TOTALE	67.274	9.185	86,3%	65.562	9.365	85,7%

stonario conoscitivo, con l'obiettivo di capire le motivazioni iniziali della decisione di sostenere Greenpeace e la conoscenza che hanno dell'Associazione. Il questionario è stato inviato a 10.685 sostenitori e sono state raccolte 1.472 risposte. I risultati evidenziano dei dati interessanti, a partire dalla prima domanda: "Perché hai deciso di sostenere Greenpeace?".

La maggior parte degli intervistati ha deciso di sostenere l'Associazione perché ne apprezza l'approccio al confronto nonviolento, l'impegno a contrastare i poteri forti, e la *mission* orientata alla protezione dell'ambiente, ma **solo una piccola parte** (9,6 per cento) conosce uno dei principi fondamentali alla base della sua identità, **cioè l'indipendenza finanziaria e politica**.

In termini di aspettative che si hanno nei confronti dell'operato dell'Associazione, la maggioranza degli intervistati (37,8 per cento) è soddisfatta di come agisce e ha risposto che **Greenpeace non deve cambiare**, ma il 25,7 per cento vorrebbe che collaborasse di più con altre associazioni e comitati di cittadini, e il 22,1 per cento che trattasse anche le conseguenze che i problemi ambientali hanno sulla società.

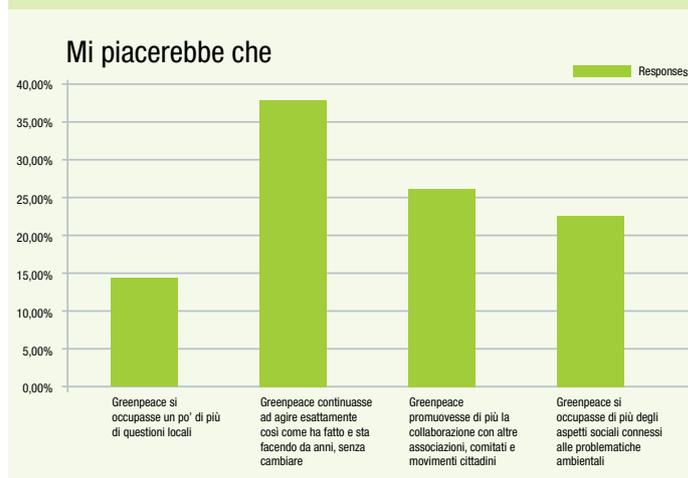
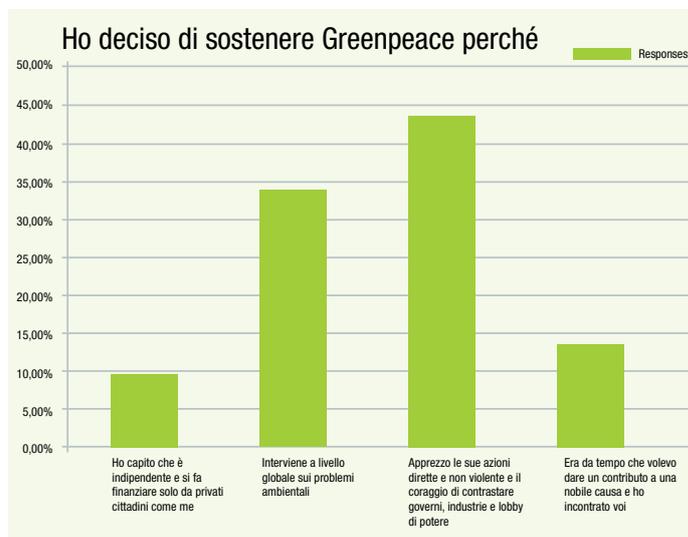
Alla domanda **"Nelle mani di chi è, secondo te, il futuro del Pianeta?"**, il 67,1 per cento ha risposto **"nelle mani delle persone (cittadini e consumatori)"**: solo il 16,5 per cento ha risposto "nelle mani dei governi", il 9,9 per cento "nelle mani delle industrie", e il 6,4 per cento "nelle mani delle associazioni che si occupano di ambiente". Dunque le persone che scelgono di sostenere Greenpeace credono nel *People Power*, cioè nel potere di agire insieme, che è esattamente l'approccio verso il quale si sta dirigendo l'Associazione attraverso le sue strategie globali di *engagement*, come vedremo meglio nel capitolo 3.

GREENPEACE INTERNATIONAL E RETE DEGLI ALTRI UFFICI

Come raccontato nell'edizione precedente del Bilancio Sociale, nel 2015 Greenpeace International ha avviato un processo di consultazione interna a livello globale, al fine di individuare, ascoltando le idee e le aspettative dei principali *stakeholder* interni (staff, volontari, cyberattivisti e donatori di tutti gli uffici nazionali e regionali) quali sarebbero state la dimensione, il profilo e gli strumenti cardine della Greenpeace del prossimo futuro.

I risultati e gli input emersi da questo processo partecipato hanno dato vita al nuovo **Long Term Global Framework**, documento che definisce le linee strategiche e la *vision* dell'Organizzazione per il decennio 2016-2027, e a tutti gli uffici nazionali e regionali è stato chiesto di elaborare i propri piani di sviluppo triennali nell'ottica del nuovo "quadro" globale.

Questo ha dato il via a un processo molto articolato e strutturato all'interno dell'ufficio italiano, durato poco meno di un anno (tra il 2016 e il 2017) e che ha coinvolto anche lo staff il quale, nella figura dei manager di linea, ha partecipato all'elaborazione delle priorità



strategiche del piano. In questa occasione è stata sperimentata per la prima volta la modalità di consultazione del management allargata allo staff, il cosiddetto *SMT esteso*, divenuta poi una prassi nel corso del 2017, per discussioni, aggiornamenti e decisioni operative relative a progetti di Campagna.

Inoltre, per favorire uno scambio produttivo di idee ed expertise tra gli uffici nell'elaborazione dei rispettivi piani, l'ufficio italiano ha ospitato per due settimane i direttori della raccolta fondi dell'ufficio belga e di quello messicano, per un progetto di *peer exchange*.

Dopo l'invio del piano a Greenpeace International, il processo di approvazione si è formalmente concluso attraverso una conference call con il *Global Leadership Team*, gruppo di direttori nominati tra i vari uffici nazionali e regionali che fornisce una guida strategica a livello globale e che riporta al Direttore esecutivo internazionale: nel corso della riunione il GLT ha riportato al management dell'ufficio italiano ciò che aveva evidenziato in termini di punti di forza del piano (l'ottimo lavoro preparatorio e la presenza di solide analisi a supporto del piano) e di possibili criticità da monitorare, mettendo in luce alcuni aspetti da declinare in modo più dettagliato, e chiedendo un piano di raccolta fondi aggiornato entro i primi mesi del 2018.

**L'APERITIVO AL GLIFOSATO
OFFERTO AL MINISTRO LORENZIN**



©Lorenzo Moscia/Greenpeace

Nel mese di ottobre, un gruppo di attivisti di Greenpeace è entrato in azione davanti alla sede del Ministero della Salute, a Roma, per chiedere un'ufficializzazione della posizione dell'Italia nella votazione per il rinnovo dell'autorizzazione per l'utilizzo dell'erbicida glifosato nell'UE: lo ha fatto allestendo un banchetto con un aperitivo per il Ministro Beatrice Lorenzin, con contorno di striscione con la scritta "La salute non è in vendita, Stop glifosato", nel piazzale antistante il Ministero. Il Ministro della Salute ha raggiunto a piedi gli attivisti, e dopo un breve colloquio con loro ha ufficialmente dichiarato che l'Italia si sarebbe opposta al rinnovo dell'autorizzazione, votando espressamente "No".

**LE LETTERE AI SINDACI DI ROMA, MILANO, TORINO
E PALERMO PER LA CAMPAGNA #STOPDIESEL**



©Tommaso Galli/Greenpeace

Con la pubblicazione del rapporto "Ogni respiro è un rischio" sugli effetti dell'esposizione al biossido di azoto nel corpo umano, Greenpeace ha avviato una campagna per chiedere ai sindaci delle città italiane più colpite da questo agente inquinante (Roma, Milano, Torino e Palermo), di prendere presto provvedimenti radicali per abbatterne i livelli nell'aria. Oltre al lancio della petizione pubblica rivolta ai sindaci, la Direzione ha inviato loro delle richieste di incontro per affrontare il tema dell'inquinamento dei veicoli diesel e della mobilità sostenibile. Tutti hanno dato un riscontro a Greenpeace: alla fine dell'anno sono stati incontrati di persona l'Assessore Mobilità e Ambiente del Comune di Milano Marco Granelli, l'Assessore ai Trasporti Maria Lapetra e l'Assessore Ambiente Alberto Unia del Comune di Torino, il Sindaco di Palermo Leoluca Orlando, e l'Assessore all'Ambiente del Comune di Roma Pinuccia Montanari.

**IL G7 E L'APPELLO
AL PRESIDENTE GENTILONI**



©Francesco Alesi/Greenpeace

A pochi giorni dal vertice dei Capi di Stato del G7 tenutosi a Taormina il 26 e 27 maggio, la Direttrice Esecutiva di Greenpeace International Jennifer Morgan, il Direttore Esecutivo e il Direttore delle campagne dell'ufficio italiano hanno incontrato l'ambasciatore Raffaele Trombetta, responsabile del processo preparatorio e della negoziazione tra i Capi di Stato del G7, e hanno potuto consegnare un appello al Presidente Gentiloni. Considerata la decisione del Governo statunitense di uscire dall'Accordo di Parigi sul clima, l'appello chiedeva al Presidente del Consiglio di farsi garante dello spirito di cooperazione tra i Paesi del G7 al fine di mantenere alta l'ambizione per una rapida ed efficace applicazione dell'accordo stesso. Alla vigilia del G7 si è poi avuto un incontro tra una delegazione di associazioni ambientaliste e il Presidente del Consiglio, cui ha partecipato anche il Direttore Esecutivo dell'Associazione. Le conclusioni del G7 hanno segnato l'isolamento della posizione negazionista sui cambiamenti climatici dell'amministrazione statunitense, risultando dunque una conferma degli Accordi di Parigi.

**L'INTERLOCUZIONE CON LA REGIONE VENETO
PER LA CAMPAGNA CONTRO I PFAS**



©Francesco Alesi/Greenpeace

Nel 2017 Greenpeace ha avviato una campagna rivolta alla Regione Veneto per fermare la contaminazione dell'acqua potabile data da sostanze chimiche pericolose come i PFAS (composti perfluoroalchilici) nelle province di Vicenza, Verona e Padova, e tutelare salute e ambiente. La prima petizione alla Regione Veneto è stata lanciata nel mese di aprile. Da quel momento, molteplici sono state le attività svolte. Purtroppo, non è ancora arrivata una risposta completa ed esaustiva alla prima richiesta di accesso agli atti inviata nel 2016 alla Regione Veneto, per ottenere i risultati delle analisi chimiche relative alla presenza di PFAS in acque potabili destinate al consumo umano nella regione dal 2013 al presente; il confronto è stato frammentario, e le richieste dell'Associazione sono state spesso scaricate su altri uffici o Direzioni. Pur con molte difficoltà, con i vertici dell'Agenzia Regionale per la Prevenzione e Protezione ambientale del Veneto (ARPAV) è stato possibile stabilire un dialogo. In totale sono oltre 20 le PEC inviate nel 2017 dalla Direzione di Greenpeace con richieste di chiarimenti ufficiali sul tema PFAS tra Regione Veneto, Ministero dell'Ambiente, AULSS, e altrettante le risposte ricevute, seppure mai del tutto esaustive. In data 14 giugno 2017, Greenpeace ha appreso dal Corriere di Verona di essere stata querelata dal Consiglio Regionale del Veneto per diffamazione. La relativa delibera prevedeva tra l'altro la non pubblicizzazione del testo della querela. Greenpeace ha tuttavia ottenuto il testo, e ha a sua volta querelato il Consiglio Regionale.

COLLETTIVITÀ

Greenpeace ha commissionato un approfondimento specifico sull'Associazione dell'indagine "Italiani Solidali" a **Doxa**, istituto specializzato in sondaggi d'opinione, che studia il comportamento di donazione della popolazione italiana e la sua opinione del mondo *non profit*. L'indagine del 2017 ha assunto una rilevanza particolare alla luce della violenta campagna mediatica condotta ai danni delle ONG, e del conseguente calo di fiducia nei loro confronti da parte degli italiani (pari al 13% rispetto all'anno precedente, come riporta l'*Edelman Trust Barometer* del 2018).

Le tematiche generali trattate sono state:

- *Profilo dei donatori e dei non-donatori e modalità, importo, cause della donazione;*
- *Fonti di informazione sulle iniziative di solidarietà;*
- *RID, lasciti, prodotti solidali e crowdfunding;*
- *Notorietà delle principali ONP.*

L'approfondimento su Greenpeace riguardava il posizionamento e la notorietà dell'Associazione all'interno della collettività. La stessa indagine era già stata condotta nel 2015.

Nel periodo compreso **tra il 18 ottobre e il 1 novembre 2017**, sono state condotte **1.051 interviste personali** presso il domicilio dei rispondenti mediante il sistema C.A.P.I. (*Computer Assisted Personal Interviewing*) ad un campione nazionale rappresentativo della popolazione italiana adulta maggiore di 15 anni (52,4 milioni) selezionato casualmente.

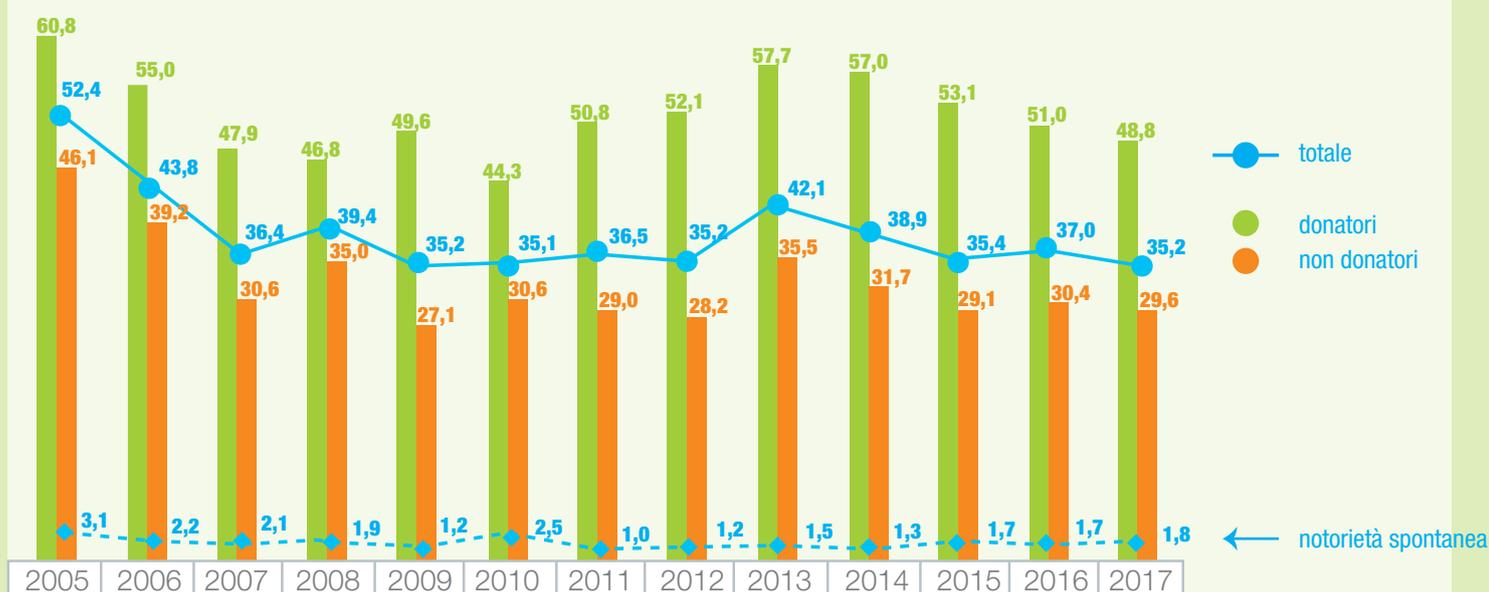
Il primo dato che emerge è che nel corso dell'ultimo anno, **il 29 per cento dei partecipanti all'indagine ha effettuato una donazione ad associazioni** (nel 2015 era il 26 per cento, ma nel 2016 era il 32 per cento).

Per quanto riguarda la destinazione delle donazioni, le **cause legate a "ambiente/animali"**, cioè la *mission* di Greenpeace, si trovano solo al **decimo** posto nella classifica delle preferenze (nel 2015 era il sesto). I donatori continuano a prediligere cause legate a ricerca medica, aiuti umanitari in casi d'emergenza, povertà in Italia, progetti della Chiesa e assistenza a malati e disabili. Va detto che al secondo posto delle destinazioni di donazioni da parte degli italiani nel 2017 c'è il sostegno alle popolazioni colpite dal terremoto nel centro Italia, un evento che ha sicuramente colpito da vicino molti italiani e ha fortemente indirizzato le donazioni. L'indagine conferma quanto era già emerso nel 2015 in merito alle principali **fonti di informazione e conoscenza delle iniziative di solidarietà**: sono ancora i canali tradizionali come la televisione, la conoscenza personale, gli eventi di piazza, la stampa e i dialogatori, a discapito di mezzi più innovativi come il Web e i Social Network (solo al decimo posto della classifica). La donazione in contanti continua a essere lo strumento più utilizzato per iniziative di solidarietà, al primo posto della classifica.

Spostando il focus su Greenpeace, la ricerca mostra, attraverso un grafico, la **notorietà spontanea** dell'Organizzazione, ossia il riconoscimento esterno, senza il supporto di aiuti o stimoli. Greenpeace è al sedicesimo posto della classifica con un tasso dell'1,8 per cento di risposte (nel 2015 era il quindicesimo). Se invece passiamo alla **notorietà complessiva** (per notorietà complessiva si intende la notorietà spontanea e la notorietà aiutata), la posizione di Greenpeace sale al decimo posto, lo stesso del 2015.

Spostando il focus su Greenpeace, la ricerca mostra, attraverso un grafico, la **notorietà spontanea** dell'Organizzazione, ossia il riconoscimento esterno, senza il supporto di aiuti o stimoli. Greenpeace è al sedicesimo posto della classifica con un tasso dell'1,8 per cento di risposte (nel 2015 era il quindicesimo). Se invece passiamo alla **notorietà complessiva** (per notorietà complessiva si intende la notorietà spontanea e la notorietà aiutata), la posizione di Greenpeace sale al decimo posto, lo stesso del 2015.

TREND DI NOTORIETÀ DI GREENPEACE



1.5. LA GOVERNANCE

IL CORPO SOCIALE

L'**Assemblea dei Soci** nel 2017 è composta da 3 associati fondatori 41 associati ordinari, cui competono i medesimi diritti e doveri verso l'Associazione. Il documento che regola il funzionamento degli organi di governo e contiene i principi alla base dell'agire di Greenpeace è lo **Statuto** (<http://www.greenpeace.org/italy/it/chiamo/ufficio-italiano/Lo-statuto/>). L'Assemblea ha redatto inoltre un **regolamento interno** per esplicitare alcune prassi ormai consolidate relative all'interpretazione dello Statuto e all'Organizzazione delle riunioni degli organi di governo.

L'Assemblea è l'organo statuario deliberante e sovrano

dell'Associazione: indica i criteri di gestione, approva i bilanci consuntivi annuali, nomina gli altri organi di controllo; si riunisce solitamente una volta l'anno, nel mese di aprile.

Tra le norme statutarie fondamentali vi è il divieto, per gli associati, di fornire prestazioni professionali remunerate per l'Associazione (ogni tipo di collaborazione o consulenza è accettata solo se effettuata gratuitamente). Gli associati versano annualmente una quota di 120 euro, che permette di partecipare alle assemblee con diritto di voto.

La distribuzione dei generi all'interno dell'Assemblea nel 2017 è la seguente: 62 per cento uomini e 38 per cento donne. **Nell'ottica di favorire un riequilibrio tra i due generi, nel 2017 l'Assemblea ha esplicitamente manifestato la volontà di favorire l'ingresso di nuove candidate donne all'interno dell'Organo.**

GLI ALTRI ORGANI STATUTARI

IL CONSIGLIO DIRETTIVO. È l'organo di amministrazione delle attività dell'Associazione, è composto da 5 membri eletti dall'Assemblea e scelti tra gli associati, ed elegge tra i suoi componenti il **Presidente** e il **Vice-Presidente**. Il Presidente rappresenta legalmente l'Associazione di fronte a terzi e non ha un ruolo esecutivo. I consiglieri rimangono in carica per tre esercizi e sono rieleggibili consecutivamente per una sola volta, e scadono dunque con l'approvazione del bilancio dell'ultimo esercizio di competenza del loro mandato. I componenti del Consiglio **non hanno diritto ad alcun compenso**, ma solo a un rimborso spese dei viaggi effettuati per partecipare alle riunioni. Esistono delle buone prassi incoraggiate da Greenpeace International nella definizione dei profili all'interno del Consiglio Direttivo, per favorire una diversità di competenze all'interno dell'organo (tematiche di campagna, di raccolta fondi, di comunicazione, e un membro con profilo internazionale). A partire dal 2009 nel Consiglio Direttivo viene mantenuto l'equilibrio di genere: la proporzione è 60 per cento uomini e 40 per cento donne. **I consiglieri non possono ricoprire cariche istituzionali in enti governativi o partiti politici.**

Per aumentare il livello di *accountability*, nel 2016 i consiglieri

hanno approvato una procedura annuale per la comunicazione di eventuali **conflitti di interesse** nell'espletamento della loro carica.

Le riunioni del Consiglio Direttivo seguono le esigenze operative dell'ufficio, dunque i principali temi trattati nell'arco dell'anno sono: l'approvazione della proposta di bilancio consuntivo e la preparazione dell'assemblea dei soci (marzo), l'inserimento di eventuali nuovi consiglieri nel Consiglio Direttivo e gli aggiornamenti sull'andamento del bilancio (aprile), la revisione semestrale del bilancio e l'autovalutazione del Consiglio Direttivo (luglio), l'approvazione del piano di sviluppo annuale e la valutazione del Direttore Esecutivo (ottobre-novembre).

IL COLLEGIO DEI REVISORI. Provvede alla vigilanza contabile e amministrativa sulla gestione dell'Associazione, ed è composto da tre professionisti esterni nominati dall'Assemblea, di cui almeno uno iscritto ad albi professionali o al Registro dei revisori contabili. Per il loro operato è previsto un compenso di circa 7 mila euro annui più la cassa di previdenza e l'IVA per l'intero Collegio. Il Collegio effettua delle visite periodiche in ufficio, durante le quali si riunisce anche con il Direttore esecutivo e Finanziario, e consulta i libri sociali e la documentazione amministrativo-finanziaria.

COMPOSIZIONE DEL CONSIGLIO DIRETTIVO AL 31.12.2017

DATI ANAGRAFICI - CARICA	DURATA MANDATO	PROFILO PROFESSIONALE
ANDREA PURGATORI (Pres.)	Fino all'approvazione dell'esercizio 2019	Giornalista d'inchiesta, autore televisivo e cinematografico
LEONARDO TUNESI (V.P.)	Fino all'approvazione dell'esercizio 2017	Capo del Dipartimento di ricerca "Habitat Marini e Protezione della biodiversità" all'ISPRA
ENRICO ERBA (Consigliere)	Fino all'approvazione dell'esercizio 2019	Direttore del Consorzio Città dell'Altra Economia
LAURA MAYWALD (Trustee)	Fino all'approvazione dell'esercizio 2017	Direttrice dello Studio di Consulenza di Fundraising Maywald Consulting
PATRIZIA CUONZO (Consigliere)	Fino all'approvazione dell'esercizio 2018	Esperta in comunicazione e imprenditrice nel settore dell'alimentazione



COMPOSIZIONE PER ETÀ E GENERE DEL CONSIGLIO DIRETTIVO NEL TRIENNIO 2015-2017

	2015	2016	2017
N. DONNE	2	2	2
N. UOMINI	3	3	3
DA 41 A 50 ANNI	3	1	1
OLTRE 50 ANNI	2	4	4

COMPOSIZIONE DEL COLLEGIO DEI REVISORI AL 31.12.2017

DATI ANAGRAFICI - CARICA	DURATA MANDATO	TITOLO DI STUDIO - PROFESSIONE - ABILITAZIONE PROFESSIONALE
STEFANO LIZZANI (Pres.)	Fino all'approvazione dell'esercizio 2019	Laurea in Economia e Commercio. Iscritto all'albo dei dottori commercialisti e al registro dei revisori contabili.
FRANCESCO ROTONDO (Rev.)	Fino all'approvazione dell'esercizio 2019	Laurea in Economia e Commercio. Iscritto all'albo dei dottori commercialisti e al registro dei revisori contabili.
CLAUDIO CASERTA (Rev.)	Fino all'approvazione dell'esercizio 2019	Laurea in Economia delle Istituzioni e dei mercati finanziari. Iscritto all'albo dei dottori commercialisti e al registro dei revisori contabili.

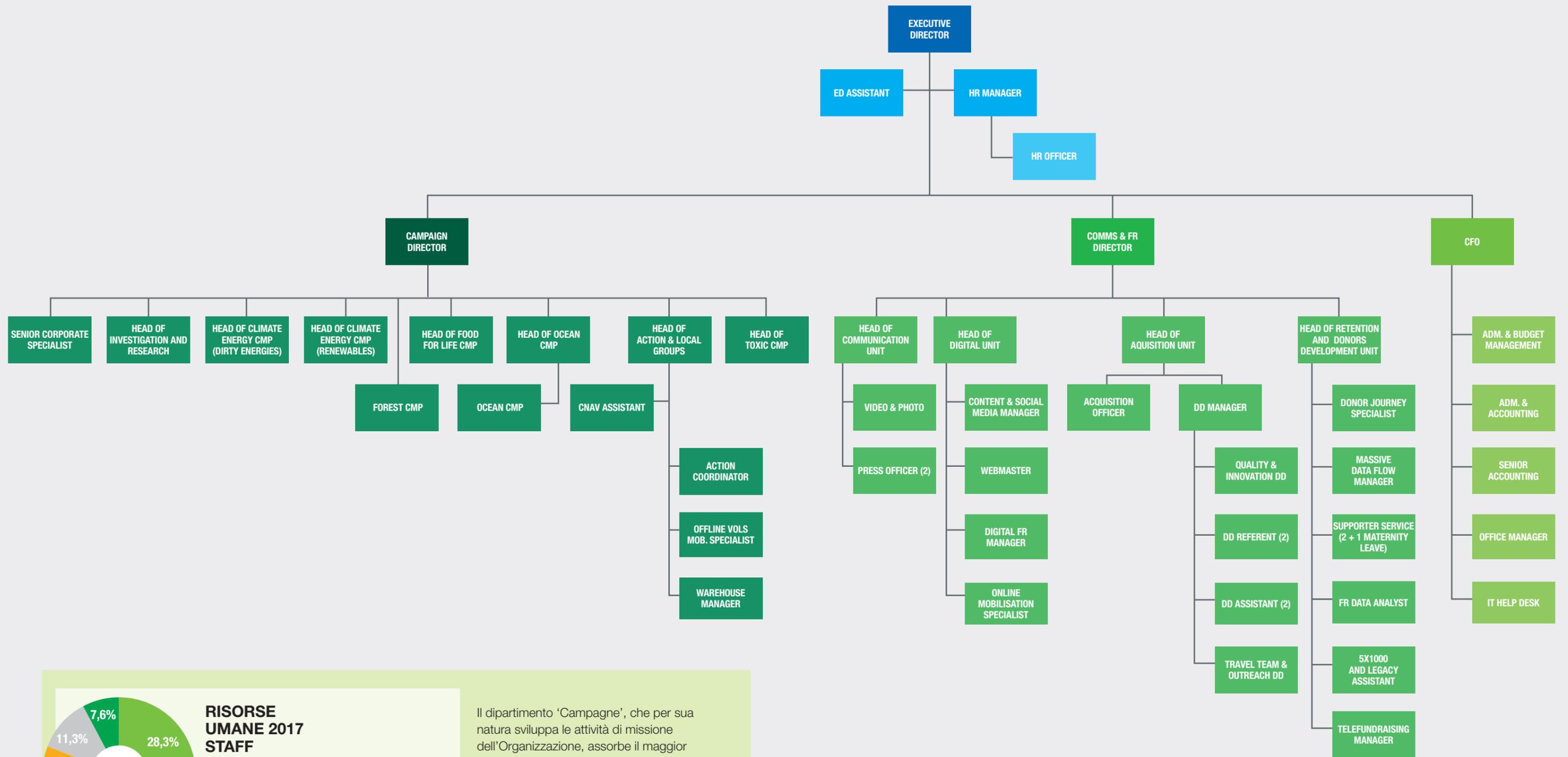
La delega ai poteri al Direttore Esecutivo

Il **Direttore Esecutivo** riceve la delega dei poteri del Consiglio Direttivo, ed esegue, insieme con il Senior Management Team (SMT), costituito dal direttore delle Campagne, dal direttore della Comunicazione e della Raccolta Fondi e dal CFO (Chief Finance Officer), le strategie delineate dal Consiglio Direttivo, alla luce delle linee guida tracciate da Greenpeace International. Il processo auto-

rizzativo inerente gli acquisti di beni e servizi è riservato al Direttore Esecutivo e al Direttore Finanziario, che con delega limitata esercitano i poteri di firma nel perimetro di tali limiti. In un'ottica di trasparenza ed efficienza, Greenpeace soddisfa il principio "best value for money" attraverso la richiesta plurima di offerte economiche, raccordandosi ai principi generali previsti dalla normativa applicata dai contratti pubblici.

1.6. LE RISORSE ALL'INTERNO DELL'ORGANIZZAZIONE

LO STAFF



Il personale dipendente

A dicembre 2017 Greenpeace conta un **organico di 53 dipendenti** (numero invariato rispetto all'anno precedente) di cui 50 a tempo indeterminato e 3 a tempo determinato (tra cui una sostituzione maternità). I contratti a tempo determinato sono 4 in meno rispetto all'anno precedente. Dei contratti a tempo indeterminato, 4 in più rispetto allo scorso anno, 7 sono a tempo parziale, 6 dei quali su richiesta post-maternità delle dipendenti stesse. Delle 53 risorse, 49 lavorano nella sede di Roma, 1 nella Warehouse di Passo Corese (RI), 3 nella sede operativa di Milano.

Le assunzioni nel 2017 sono state cinque (nove in meno rispetto al 2016), mentre ci sono stati cinque contratti a tempo determinato non rinnovati (tre in meno rispetto al 2016). Non ci sono state dimissioni nel 2017 (rispetto alle 5 del 2016).

Per quanto concerne la composizione dello staff, vi è una leggera prevalenza di uomini, che rappresentano il 53 per cento (dato in controtendenza rispetto agli anni precedenti: nel 2016 vi era una leggera prevalenza di donne, 51 per cento, mentre nel 2015 lo staff era perfettamente bilanciato).

L'anzianità lavorativa media è di poco più di 6 anni. Nel 2017 le giornate di malattia hanno rappresentato l'1,57 per cento (nel 2016 il dato era pari al 2,63 per cento) delle giornate di lavoro totale. Nel triennio 2015-2017, **tutti i contratti applicati per i dipendenti fanno riferimento al CCNL del Terziario**, rispettandone tutte le caratteristiche. Nel triennio 2015-2017, tutti i contratti di lavoro applicati a dipendenti, collaboratori e tirocinanti sono conformi alla legislazione italiana e della Regione Lazio. Nel triennio 2015-2017, tutti dipendenti (sia part-time che full-time) hanno potuto godere dei seguenti benefit e condizioni di miglior favore: buoni pasto, telefono cellulare aziendale, permessi retribuiti per corsi pre-parto e visite mediche in gravidanza, assicurazione sanitaria integrativa e, come condizione di miglior favore rispetto a quanto previsto dal CCNL, un giorno retribuito in caso di lutto di una persona ritenuta cara (al di là del legame familiare esistente) e un giorno in più di congedo per i neo papà rispetto a quanto stabilito dal CCNL, senza limiti temporali per usufruirne. Dal 2017, il periodo di congedo retribuito per i neo papà è stato esteso a dieci giorni e per i primi tre mesi di congedo parentale, Greenpeace Italia integrerà l'indennità corrisposta dall'INPS fino a coprire il 50 per cento della retribuzione.

Nel triennio 2015-2017, i dipendenti di Greenpeace Italia hanno potuto esprimere suggerimenti lavorativi e problematiche personali circa l'ambiente di lavoro, all'interno del **modulo di revisione delle performance che si utilizza per la valutazione annuale dello staff (Personal Review Talk- PRT)**.

Personal Review Talk

Il PRT (Personal Review Talk) è il sistema di analisi delle performance del personale, adottato da Greenpeace Italia dal 2008; si svolge almeno una volta l'anno per il personale in essere da più di un anno e garantisce un approccio coerente nella valutazione di tutti i membri del personale. È lo strumento che esamina obiettivi e prestazioni lavorative e registra elementi significativi emersi nel periodo precedente. Una parte del PRT è dedicata all'autovalutazione del personale valutato, un'altra, invece, alla valutazione del rendimento del personale da parte del Line Manager. Vi è poi un confronto tra le due parti sulla condivisione dei punti d'azione ed obiettivi da per l'anno successivo. È responsabilità del Line Manager valutare e prestare attenzione sia alle performance sopra lo standard sia a quelle carenti, per le quali

è previsto un piano di miglioramento delle criticità. Questo è anche lo strumento ove valutato e valutatore condividono obiettivi formativi per la crescita del proprio ruolo. Il personale valutato può, inoltre, esprimere commenti e/o suggerimenti in relazione al proprio lavoro, alla relazione con il Line Manager, al funzionamento dell'ufficio in generale; compito del Line Manager è di tener conto di questi commenti e fornire risposta adeguata, ove necessario.

Il PRT è collegato alla griglia salariale di Greenpeace Italia, costruita sul sistema di *grading* di HAY Group. Ogni PRT, termina, infatti, con una valutazione sotto forma di scala likert: '1' per una performance insufficiente, '2' per una performance buona, 3 per una performance eccellente. Una valutazione buona o eccellente determina un aumento salariale (e/o il riconoscimento di un bonus una tantum) in base a un sistema razionale e meritocratico (*merit matrix*) che tiene conto del posizionamento della persona nella griglia salariale e della valutazione della sua prestazione.

Il PRT deve essere, infine, firmato da valutatore e valutato. Quest'ultimo ha facoltà di firmare 'per accettazione' laddove concorda con la valutazione ed il punto di vista del proprio Line Manager, o 'per presa visione' laddove vi è tra le due parti una divergenza di opinioni o prospettive. Una volta che tutti i dipartimenti hanno completato il processo di valutazione delle performance, il Dipartimento Risorse Umane svolge un'attività trasversale di analisi dei PRT, incrociando dati qualitativi e quantitativi con l'obiettivo anche di individuare trend comuni all'interno dell'ufficio.

Per la posizione di Direttore Esecutivo è previsto un sistema di valutazione specifico, codificato da GPI che, al fine di garantire il principio di indipendenza nell'assegnazione, coinvolge il Consiglio Direttivo, e che non è legato al raggiungimento di obiettivi istituzionali bensì alla valutazione della sua performance individuale.

A partire dal 2016 è stato istituito un nuovo canale che permette di esprimere opinioni e commenti su ciò che va o non va in relazione all'ufficio: tale strumento è l'**intervista d'uscita**, che si effettua in condivisione tra personale uscente e Risorse Umane, e in visione al Direttore Esecutivo e al Line Manager.

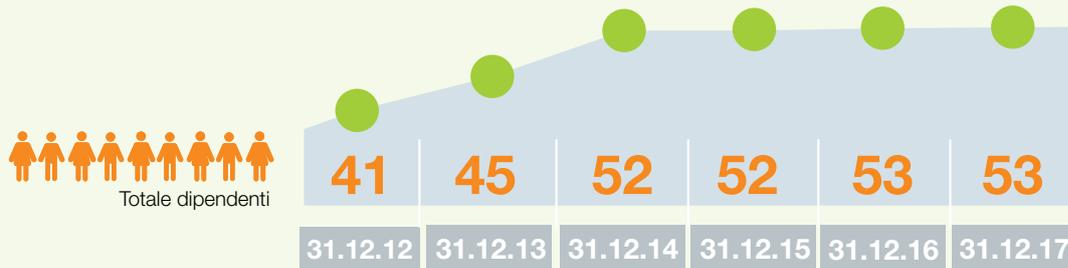
In relazione alla Legge 68/99 ("Norme per il diritto al lavoro dei disabili") a dicembre 2017, risultano 2 dipendenti appartenenti alle categorie protette. Nel 2017 continua ad esserci una Rappresentanza Sindacale Aziendale. Nel triennio non ci sono stati accordi con i sindacati per la copertura assicurativa dei dipendenti.

Il reclutamento e la selezione

Per il reclutamento di nuovo personale Greenpeace Italia **ha una policy ben definita che garantisce trasparenza**: quando l'Associazione cerca nuovo personale viene aperta sul sito www.greenpeace.it (alla pagina *Lavora con Noi*) una vacancy dove sono specificati i criteri di reclutamento. Inoltre quelli che vengono considerati 'candidati interni' (volontari, dipendenti, stagisti, dialogatori, etc.) accedono direttamente al primo step di selezione, superando la fase di screening delle candidature. In ogni caso, l'Associazione può anche scegliere, per determinati benefici, di riferirsi al mercato interno e dedicare la maggiore attenzione all'individuazione delle potenzialità delle risorse e delle loro performance.

Infine, riguardo alle 'candidature spontanee', l'Associazione mira sempre a fornire una risposta al candidato ma per la 'policy sulla trasparenza', questi vengono richiamati solo se la selezione verso il mercato esterno non dovesse essere andata a buon fine.

ORGANICO DIPENDENTI GREENPEACE ONLUS



CONSISTENZA E COMPOSIZIONE PER CATEGORIE DI PERSONALE DIPENDENTE E MANAGEMENT

SESSO impiegati quadri dirigenti

SESSO	2015			2016			2017		
	22	3	1	22	3	1	24	3	1
	26	0	0	27	0	0	25	0	0

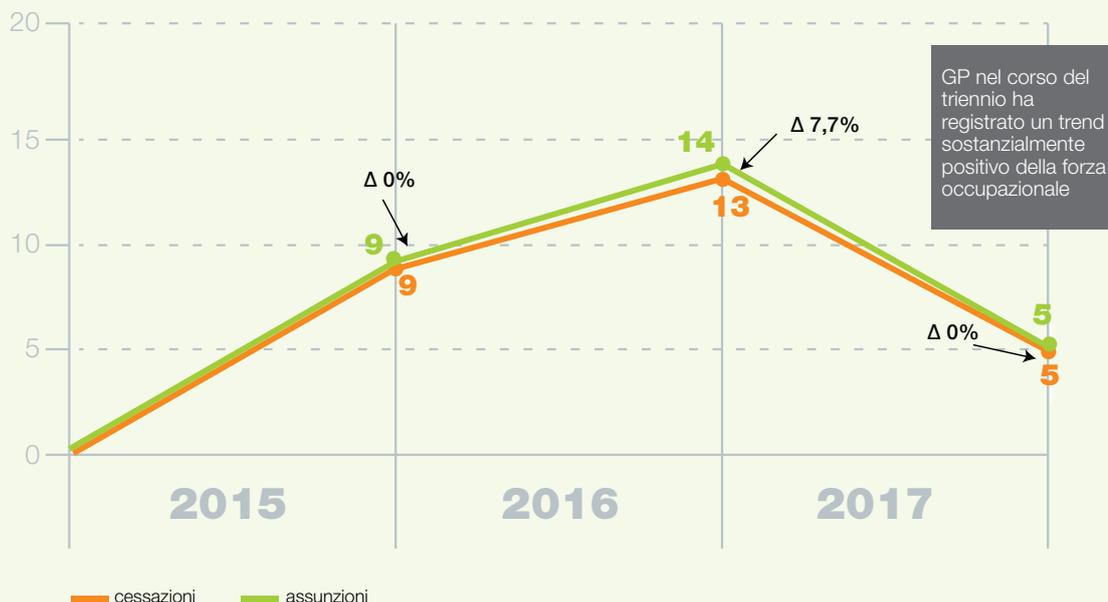
ETÀ impiegati quadri dirigenti

ETÀ	2015			2016			2017		
fino a 30	8	0	0	6	0	0	4	0	0
31-50	39	0	0	42	0	0	44	0	0
over 50	1	3	1	1	3	1	1	3	1
età media	36	55	57	37	56	58	38	57	59
anzianità lavorativa	4,5	8	6	5	9	7	5,8	10	8

TITOLO DI STUDIO impiegati quadri dirigenti

TITOLO DI STUDIO	2015			2016			2017		
diploma	4	0	0	3	0	0	3	0	0
laurea	44	3	1	46	3	1	46	3	1

RAPPORTO ASSUNZIONI-CESSAZIONI NEL TRIENNIO 15-17



RAPPORTO ASSUNZIONI - CESSAZIONI PER SESSO



RAPPORTO ASSUNZIONI - CESSAZIONI PER ETÀ



La formazione

La formazione professionale riveste una notevole importanza per Greenpeace. A tal fine nel 2017 sono stati spesi 10.008 euro. Nel 2017, il 94 per cento dello staff italiano ha partecipato ad almeno una sessione formativa. Di questi, il 74 per cento ha partecipato anche a incontri internazionali per la condivisione di esperienze e competenze con persone che ricoprono ruoli analoghi in differenti Paesi o ha preso parte a progetti di formazione organizzati dalla comunità globale di Greenpeace. Nel 2017 ciascun membro dello staff di Greenpeace ha partecipato a una media di 51 ore di formazione. È la definizione del fabbisogno formativo, che ogni Line Manager condivide con il personale in sede di valutazione delle performance (PRT), che determina la scelta del percorso di formazione mirato a sviluppare le competenze necessarie per l'evoluzione del ruolo. Tra le formazioni a cui lo staff ha partecipato, i **programmi organizzati dalla comunità globale di Greenpeace** hanno acquisito un'importanza sempre maggiore. Tra questi, l'FLP (Future Leaders Programme) che mira a sviluppare e potenziare le doti di leadership tra lo staff di Greenpeace ed è strutturato in due percorsi di formazione (uno, il *Foundation*, per lo staff con poca esperienza di leadership, il secondo, il *Deep Dive*, per chi ha maggiore esperienza); l'*EULL* (*European Union Learning Lab*), vero e proprio 'laboratorio di formazione' il cui scopo principale è di costruire e solidificare le basi di una collaborazione tra uffici europei; il *Campaign Training* (strutturato in un corso *basic* ed uno *advanced*) il cui focus principale è quello di formare lo staff sul *campaigning* in Greenpeace.

Il rispetto dei diritti umani

Dal 2016 è in vigore una policy anti molestie e anti molestie sessuali, applicata al momento solo agli *stakeholder* interni e che dovrà essere estesa anche a consulenti e fornitori. Nel corso del 2017, i consiglieri di fiducia non hanno ricevuto segnalazioni da parte dello staff. Ad ogni modo, prosegue l'attività di formazione sulla *policy* rivolta ai nuovi arrivati (sia tirocinanti che nuovi membri dello staff), attraverso l'organizzazione di riunioni di induction periodiche nel corso dell'anno.

Diversity & Inclusion

Negli ultimi anni è attivo un team globale di Greenpeace il cui obiettivo è quello di sviluppare all'interno dell'Organizzazione una **cultura aperta e inclusiva delle diversità**. Gli output principali del team sono stati l'elaborazione di principi fondamentali (7 Diversity&Inclusion principles) e di linee guida che costituiscono i pilastri di Greenpeace su questo tema. Da un lato c'è una forte motivazione etica, dall'altro anche una ragione più strategica: un'organizzazione più inclusiva e capace di accogliere la diversità, è più pronta a estendere la propria platea di interlocutori e **stakeholder**. A livello nazionale, l'intento di Greenpeace Italia è quello di creare un *focus group* – composto da membri volontari dello staff e mediato da Risorse Umane – il cui obiettivo è quello di elaborare un piano di azione dell'ufficio italiano sul tema della diversità e dell'inclusione.

Rispetto delle policy

Per i casi in cui un dipendente desidera sollevare preoccupazioni circa un comportamento gravemente lesivo dei valori di Greenpeace, nel 2013 è stato deciso di attivare una linea diretta di comunicazione tra un potenziale informatore e il Presidente del Consiglio Direttivo, con l'apertura di un indirizzo di posta elettronica dedicato, al quale possono scrivere anche dialogatori e volontari. Nel triennio 2015-2017 non ci sono state segnalazioni.

La sicurezza sul lavoro

Greenpeace nel 2017 non ha avuto sanzioni e/o contenziosi in tema di sicurezza. Nel triennio 2015-2017 non si sono verificati infortuni o malattie professionali. Il tasso medio di assenteismo nel 2017 è stato pari all'1,8 per cento (in calo rispetto al 2016 che fu del 2,66 per cento e al 2015, che fu pari al 2,09 per cento).

Lavoro agile

A partire da novembre 2017, Greenpeace Italia ha lanciato una fase di test di 'lavoro agile', in linea con gli artt. 18 e ss. della legge n.81/2017. L'obiettivo è di sperimentare, fino a giugno 2018, una diversa modalità di svolgimento della prestazione lavorativa (attraverso la possibilità di lavorare da remoto una volta a settimana), **per favorire l'equilibrio tra vita privata e attività lavorativa, riducendo i tempi dedicati ai trasferimenti casa-lavoro ed i relativi costi energetici e aziendali**. La fase di sperimentazione è stata aperta a tutti i membri dello staff (nessuna limitazione di ruolo) – eccetto i nuovi arrivati – che volessero aderire al test. Sarà compito dell'Unità Risorse Umane raccogliere, entro giugno 2018, feedback da parte dei dipendenti (attraverso un survey anonimo di soddisfazione) e di Manager di linea (attraverso interviste semi strutturate), per proporre eventualmente un nuovo e definitivo progetto di Lavoro Agile al termine della fase di sperimentazione.

Il personale parasubordinato e collaborazioni occasionali

A dicembre 2017 Greenpeace **non conta al proprio attivo alcun collaboratore a progetto** (come nel triennio precedente), ma conta una collaborazione coordinata e continuativa. Nell'anno 2017 Greenpeace ha certificato 25 collaborazioni occasionali.

CONSISTENZA E COMPOSIZIONE COLLABORAZIONI OCCASIONALI

	2015	2016	2017
N. DONNE	6	4	16
N. UOMINI	8	19	9
FINO A 30 ANNI	5	4	6
DA 31 A 40 ANNI	4	14	8
DA 41 A 50 ANNI	3	3	7
OLTRE 50 ANNI	2	2	4
ETÀ MEDIA	35	35	40
N. TOTALE	14	23	25

I tirocini presso la sede

Nel 2017 sono stati attivati undici tirocini (tre in più rispetto al 2016), ripartiti nei dipartimenti Campagne, Comunicazione, Raccolta Fondi e nell'Unità Risorse Umane. In tutti i casi si è trattato di tirocini remunerati ai sensi della normativa vigente nella Regione Lazio (D.G.R. 199/2013 sostituita dalla D.G.R. 533/2017 ad ottobre 2017).

Dal 2015 è prevista **per tutti i tirocini** – sia per quelli extra curriculari remunerati, sia per quelli curriculari non remunerati – anche la corresponsione di buoni pasto. Va precisato che effettuare un tirocinio presso Greenpeace non è un percorso privilegiato per entrare nell'organico dell'Associazione: **per il reclutamento del personale è in vigore la policy di selezione** su citata.

I volontari di Greenpeace si mobilitano per chiedere la messa al bando del Diesel.
©Greenpeace



I VOLONTARI

I volontari di Greenpeace che risultano inseriti nelle liste telematiche a fine 2017 sono **1.200** (60 per cento uomini, 40 per cento donne⁴), di cui **circa 500** organizzati in una rete di **25 Gruppi Locali (GL)** presenti in tutte le Regioni a eccezione di Val d'Aosta, Trentino Alto Adige, Molise, Basilicata e Sardegna. Dei volontari attivi nei GL, 190 sono anche attivisti. I volontari che non fanno parte dei GL sono attivi come Contatti Locali (CL). La **distribuzione per età** dei volontari che fanno riferimento ai Gruppi Locali è la seguente:

VOLONTARI – DISTRIBUZIONE PER ETÀ

UNDER 18	1 %
TRA I 18 E I 24	33%
TRA I 25 E I 34	38%
TRA I 35 E I 44	9%
TRA I 45 E I 54	4%
TRA I 55 E I 65	1%
OVER 65	0%

I volontari partecipano alle iniziative delle Campagne e promuovono i valori fondanti dell'Associazione sia allestando stand in strada che con altre iniziative di aggregazione, sensibilizzazione e coinvolgimento del pubblico, in conformità con le linee guida concordate a livello nazionale e secondo la consolidata procedura finanziaria che regola i rapporti con Greenpeace. Le spese che i Gruppi Locali (GL) di volontari sostengono, su autorizzazione e per conto di Greenpeace, vengono incluse nel bilancio dell'Associazione.

Nel corso del 2017 sono stati organizzati i seguenti incontri tra volontariato e membri dello staff:

- 1 incontro nazionale, finalizzato alla condivisione di informazioni strategiche legate all'Organizzazione sia a livello nazionale che internazionale a cui hanno partecipato coordinatori e co-coordinatori dei GL;
- 1 incontro nazionale di approfondimento sulle campagne tenutosi in concomitanza della marcia in occasione dell'Anniversario della

firma dei Trattati dell'Unione Europea (marzo) a cui hanno partecipato volontari e coordinatori dei Gruppi Locali;

- 1 incontro nazionale di 3 giorni dedicato a Coordinatori e Volontari, in cui sono stati organizzati incontri con lo staff dell'ufficio (direttori, responsabili di campagna, membri dei dipartimenti digital e fundraising);
- 12 conference call per approfondimenti di campagna;
- 3 momenti di incontro informale tra staff e volontari durante la realizzazione dei 3 Open Boat durante il tour della nave Rainbow Warrior in Italia;
- 11 incontri *face to face* tra membri dello staff e GL;
- 13 momenti di specifico supporto a distanza per risolvere criticità in alcuni GL;

Nel 2017 i volontari sono stati coinvolti nella marcia organizzata a Roma in occasione dell'**Anniversario della firma dei Trattati UE**. Hanno partecipato a questo evento circa cento volontari provenienti da tutta Italia. In questa occasione è stato organizzato un meeting a cui hanno partecipato 120 tra volontari e coordinatori, con la presenza di volontari di uffici europei e di membri della EU Unit di Greenpeace International. Durante l'anno i volontari sono stati coinvolti in otto mobilitazioni nazionali dei GL con una partecipazione media di venti GL per mobilitazione. I GL sono stati, inoltre, coinvolti nel supporto logistico all'organizzazione di tre Open Boat a Genova, Napoli e Ancona, durante il **tour della nave Rainbow Warrior** a sostegno della campagna sulla plastica in mare. In due occasioni sono stati forniti ai gruppi kit di mobilitazione finalizzati ad accrescere la loro capacità di proseguire la campagna a livello territoriale. Per ulteriori dettagli delle attività di mobilitazione si rimanda ai relativi paragrafi del capitolo 2.

Nel 2017 è stato consolidato il lavoro di formazione e preparazione per gli attivisti: climbers, (esperti in attività su corda), guidatori di gommoni ("boat driver") e formatori NVDA (Non Violent Direct Action).

Gli attivisti hanno partecipato a sessioni tematiche per incrementare le proprie capacità, l'affiatamento e la sicurezza, esercitandosi e scambiandosi esperienze su vari temi:

- 2 sessioni di formazione sulla nonviolenza, con la partecipazione di 40 volontari;
- 2 sessioni specialistiche per boat-driver e 4 sessioni specialistiche per climbers.

Le sessioni per l'attivismo si svolgono solitamente nei weekend, nell'arco di due/quattro giorni: in questo modo si aumentano le possibilità di partecipazione dei volontari. Per facilitare la partecipazione a queste sessioni, gli attivisti hanno ottenuto un rimborso delle spese sostenute per il viaggio. Nessun altro rimborso spese viene riconosciuto.

⁴La stima è desunta dai confronti frequenti con il network dei volontari, sia diretto che mediato da parte dei coordinatori.



Un milione di firme per spingere l'Europa a inserire l'erbicida più utilizzato (e venduto) nel mondo tra le sostanze cancerogene da mettere al bando. Al via la campagna



2. LE PRIORITÀ STRATEGICHE: LE CAMPAGNE E IL LORO IMPATTO

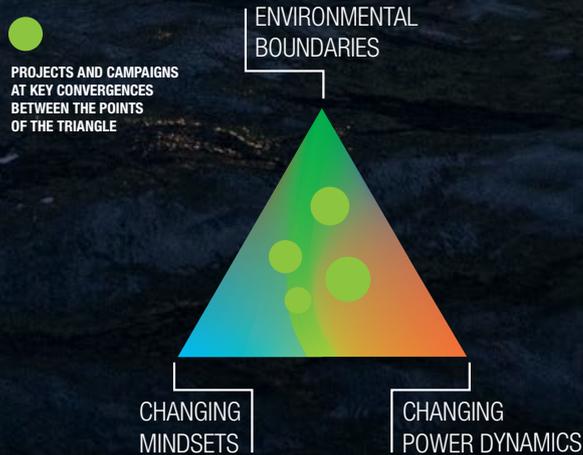


Greenpeace intende raggiungere gli obiettivi della sua *mission* in modo sempre più integrato, radicale e innovativo nel contesto di un mondo in continuo cambiamento. Il fine è sempre quello di proteggere l'ambiente, inteso non solo come natura ma come un sistema che è tutt'uno con l'essere umano, e la pace, intesa non solo come assenza di conflitto armato ma anche come condizione di sicurezza e benessere per l'uomo.

La direzione intrapresa dall'Organizzazione segue tre concetti fondamentali: dal punto di vista ambientale sposa il concetto di "**Environmental Boundaries**", cioè quei limiti da non oltrepassare per mantenere il Pianeta un luogo vivibile, con gli obiettivi prioritari della lotta ai cambiamenti climatici per mantenere l'aumento della temperatura globale al di sotto di un grado e mezzo e la tutela della biodiversità in tutte le sue forme.

Ma in un mondo sempre più interconnesso non è possibile raggiungere questi obiettivi senza agire ad altri due livelli. Riteniamo necessario intervenire sui "*global mindset*", cioè quei modelli di condotta e di pensiero radicati nella società e attraverso i quali organizziamo i nostri valori e i nostri comportamenti. Alcuni di essi devono cambiare radicalmente se vogliamo incoraggiare le persone, le aziende e i governi a intraprendere comportamenti virtuosi e più sostenibili.

Il terzo vertice della visione strategica insiste sul cambiare le dinamiche di potere a favore dei diritti dei cittadini contro l'accentramento di potere economico e finanziario delle grandi multinazionali.





La definizione dei progetti e delle campagne di Greenpeace segue un percorso di approvazione chiamato “Pitching process”: un ufficio (o un gruppo di uffici) che ha sviluppato un progetto che desidera qualificare come campagna su cui lavorare a livello globale, può avanzare una proposta inclusiva di obiettivi, tempi e risorse umane e finanziarie necessari al Global Campaign Leader della Campagna tematica globale di riferimento, inserendolo in un “basket” (ovvero in una delle aree tematiche su cui Greenpeace opera). Una volta approvata, la proposta viene formalizzata attraverso un “Campaign Agreement”, e condivisa con gli altri uffici che, se lo ritengono opportuno, possono sottoscrivere a loro volta l’Agreement entrando a far parte del “cluster” che parteciperà al progetto. Questo processo prevede quindi l’assegnazione di ruoli di coordinamento internazionale su specifici progetti a uffici nazionali e regionali e non più a Greenpeace International.

L’Organizzazione ha avviato una rielaborazione degli obiettivi, ma in questa fase di transizione le attività sono ancora classificate nelle cinque aree di campagna globali, qui di seguito descritte.

- 1. La priorità principale è quella della salvaguardia del clima globale**, con focus specifici nel settore energetico e dei trasporti. Altro tema prioritario è quello della protezione dell’**Artico**.
- 2. Strettamente legata alla questione climatica è quella della protezione delle foreste:** la campagna denuncia produzioni particolarmente pericolose come quelle di **olio di palma** e di prodotti di **carta** usa e getta.
- 3. La terza priorità è la protezione del mare e degli oceani**, con focus sulla promozione delle riserve marine, il contrasto alla pesca pirata e distruttiva e la difesa delle attività di pesca sostenibili. La campagna si batte inoltre per l’eliminazione della **plastica** usa e getta.
- 4. Un’altra priorità è quella dell’agricoltura sostenibile** che – a partire dalla campagna contro gli OGM impiegati in agricoltura – affronta gli impatti delle produzioni agricole e zootecniche, e quelli della produzione intensiva e consumo eccessivo di carne e latte.
- 5. La campagna Inquinamento**, a partire dalla questione dell’inquinamento dell’acqua, porta all’attenzione del pubblico mondiale le problematiche connesse all’uso e alla persistenza di sostanze tossiche nelle filiere globali, e le conseguenze dei consumi eccessivi sull’ambiente.

Attivisti in azione sulla spiaggia di Taormina durante il G7.
©Tommaso Galli/Greenpeace



2.1. ENERGIA E CLIMA

OBIETTIVI DEL 2017

- Ottenere una **Strategia Energetica Nazionale (SEN)** che sancisca l'abbandono del **carbone**, l'incremento di obiettivi sulla produzione da **rinnovabili**, e limiti i nuovi investimenti in infrastrutture per il gas.
- Generare un forte **impegno della Presidenza italiana al G7** sul tema dei cambiamenti climatici per isolare la posizione negazionista di Trump.
- Fare pressione su Governo ed Europarlamentari italiani sul **"Pacchetto energia" dell'Unione Europea**. In Italia, realizzare una campagna informativa sugli **energy citizens**, cittadini in grado di prodursi autonomamente parte dell'energia che consumano.

ATTIVITÀ SVOLTE

Per il G7 sono state svolte attività di lobbying ed azioni di protesta durante il summit di Taormina, il G7 Energia di Roma e il G7 Ambiente di Bologna, oltre alla proiezione dello slogan **"Planet Earth First"** sulla cupola della basilica di San Pietro. Sui negoziati europei Greenpeace ha svolto attività di lobbying sul governo nazionale e organizzato incontri tra europarlamentari italiani di tutti gli schieramenti e operatori delle rinnovabili. Greenpeace ha partecipato alla consultazione pubblica sulla SEN organizzata dal Ministero per lo Sviluppo Economico (MISE) e preso parte ad incontri tra il governo e varie associazioni e forze politiche. Per la campagna informativa sul tema degli **energy citizens**, è stata prodotta in collaborazione con l'Associazione "Italia Solare" una **"Guida per diventare energy citizens"** che è stata distribuita on line ed usata dai volontari di Greenpeace in tutta Italia.

ATTIVITÀ DI COINVOLGIMENTO DEGLI STAKEHOLDER E LORO REAZIONI (INCLUDE ATTIVITÀ DI LOBBYING E IN COALIZIONE)

Greenpeace ha collaborato con la **Coalizione Clima** – un raggruppamento di numerose associazioni – con crescenti disagi dovuti al suo posizionamento non sempre sufficientemente chiaro. I nostri nuovi **stakeholder**, come **"ènostra"** (la prima cooperativa di consumo italiana di energie rinnovabili) ed **"Italia Solare"** (una Associazione di produttori fotovoltaici), sono entusiasti delle attività svolte e aperti a nuove sfide da condurre insieme. La collaborazione con soggetti istituzionali è stata positiva per la Presidenza G7 e gli Europarlamentari, molto meno per le interazioni con il MISE su SEN e Pacchetto Energia a Bruxelles.

ATTIVITÀ DI MOBILITAZIONE DEI VOLONTARI

I volontari hanno molto apprezzato la tematica degli **energy citizens** ed espresso tutta la loro creatività nelle diverse attività che sono state organizzate, come ad esempio il "solar quiz". In occasione del G7 ambiente di Bologna i volontari hanno partecipato a una manifestazione organizzata nella città ospitante.

PROSPETTIVE 2018

- Ottenere obiettivi ambiziosi per il Pacchetto Energia UE che promuova rinnovabili ed **energy citizens**.
- Conferma e implementazione degli **Accordi di Parigi alla CoP24** sul clima che si terrà in Polonia.
- Proseguire con la campagna informativa sugli **energy citizens**, esplorando nuovi canali informativi e spesso in collaborazione con nuove realtà.

SUCCESSI

- La **SEN include spunti positivi come l'abbandono del carbone entro il 2025**.
- Il **G7 di Taormina si è concluso con una dichiarazione che ha isolato le posizioni negazioniste del presidente USA Donald Trump**.
- **Buoni risultati del lavoro di lobby al Parlamento Europeo sul ruolo degli energy citizens**.
- **Generale successo della campagna sugli energy citizens e ottima cooperazione con soggetti del settore**.

CRITICITÀ

- La **SEN pone eccessiva enfasi sul ruolo del gas e poca concretezza sulle rinnovabili**.
- **Difficoltà nel rendere accessibili temi molto tecnici come quello della SEN o del winter package**.
- **Scarsi contatti con il governo: l'Italia è uno tra i Paesi con le posizioni meno ambiziose in Europa sul tema clima**.
- **Scarso dialogo con il Ministero per lo Sviluppo Economico**.
- **Deterioramento delle relazioni tra i gruppi che compongono la Coalizione Clima**.



Lo street artist TvBoy realizza insieme a Greenpeace alcune opere per le strade di Roma per denunciare l'inquinamento dell'aria dovuto al traffico delle auto.
©Lorenzo Moscia/Greenpeace

2.2. TRASPORTI E QUALITÀ DELL'ARIA

OBIETTIVI DEL 2017

- **Affrontare la sfida dei consumi energetici nel settore dei trasporti**, sfidando le amministrazioni di alcune grandi città italiane, con livelli di inquinamento atmosferico elevato, a eliminare progressivamente dalle loro strade i veicoli con motore diesel.

ATTIVITÀ SVOLTE

Greenpeace ha effettuato campagne di **monitoraggio dell'inquinamento atmosferico da biossido di azoto (NO₂)**, un gas i cui rischi sanitari sono ormai accertati e che proviene in gran parte dalle emissioni dei motori diesel, in quattro città: Roma, Torino, Milano, Palermo. La richiesta dell'Associazione ai Sindaci di queste città, che sono responsabili della tutela della salute dei loro concittadini, è stata di **fermare la circolazione dei diesel entro il 2021**. A supporto di questa richiesta, che ovviamente riguarda gran parte delle nostre città, sono state realizzate mobilitazioni dei nostri volontari in 25 città. A Roma e Milano si è lavorato con i movimenti locali per realizzare monitoraggi diffusi e partecipati dei livelli di inquinamento. Con uno street artist di fama internazionale è stata progettata e realizzata un'operazione di guerrilla marketing per denunciare il tema dell'inquinamento atmosferico urbano. È stato predisposto kit di mobilitazione online, insieme a una pagina di petizione indirizzata agli amministratori locali delle quattro città di cui sopra con i quali ci siamo confrontati, in alcuni casi in maniera proficua (Milano) in altri assai più interlocutoria.

ATTIVITÀ DI COINVOLGIMENTO DEGLI STAKEHOLDER E LORO REAZIONI (INCLUDE ATTIVITÀ DI LOBBYING E IN COALIZIONE)

Oltre che con le amministrazioni direttamente coinvolte dalla nostra campagna, abbiamo interloquito con comitati e movimenti locali portatori delle nostre stesse domande ("Cittadini per l'aria" a Milano, e "Salvaiciclisti" a Roma). Inoltre, abbiamo avviato una collaborazione con ClientEarth e avviato contatti con Transport & Environment. Molto proficua la collaborazione con lo street artist **TVBoy**.

ATTIVITÀ DI MOBILITAZIONE DEI VOLONTARI

I volontari hanno realizzato una giornata di mobilitazione nazionale, alla quale hanno partecipato gruppi da 25 città. I gruppi di Roma e Milano hanno avviato collaborazioni stabili con movimenti e comitati locali. Gli attivisti sono stati impegnati in una azione di protesta a Roma per denunciare l'inquinamento dell'aria.

PROSPETTIVE 2018

- Consolidare il confronto con le amministrazioni locali già sollecitate nel 2017 per ottenere i primi, tangibili, risultati.
- Rafforzare l'interazione con gli altri uffici che partecipano a questa campagna, per mostrare un movimento "europeo" promosso da Greenpeace in favore della mobilità sostenibile.
- Valorizzare e rendere più strategico il nostro impegno a sostegno di altri movimenti locali, anche aumentando le capacità di intervento dei nostri volontari.

SUCCESSI

- **Greenpeace è riconosciuta tra i principali stakeholder in materia di mobilità in Italia.**
- **L'Associazione ha avviato un confronto con le amministrazioni locali oggetto della nostra campagna.**
- **Collaborazione con altre associazioni e movimenti locali, attivi in materia di mobilità.**

CRITICITÀ

- **La campagna risulta poco coinvolgente sui Social Media, quindi questo strumento si è rivelato poco efficace per fare pressione sulle amministrazioni locali.**
- **Molte autorità locali non hanno risposto in modo esplicito alle richieste della campagna.**
- **Difficoltà a seguire con efficacia diversi fronti di campagna in ambito locale.**



©Tommaso Galli/Greenpeace

Ricercatori di alcune università italiane a bordo della Rainbow Warrior per effettuare campionamenti alla ricerca di microplastiche nei mari.
©Lorenzo Moscia/Greenpeace



2.3. MARE

OBIETTIVI DEL 2017

- Lottare contro la pesca eccessiva, sostenendo la **piccola pesca artigianale** e il consumo consapevole e responsabile dei prodotti ittici.
- Fare pressione sulle aziende che commercializzano **tonno in scatola**, per ottenere sostenibilità ambientale e rispetto dei diritti umani. Allo stesso modo, promuovere la pesca artigianale e sostenibile di tonno.
- Lanciare la Campagna europea contro **l'inquinamento marino dalla plastica** chiedendo la graduale eliminazione della plastica usa e getta.

ATTIVITÀ SVOLTE

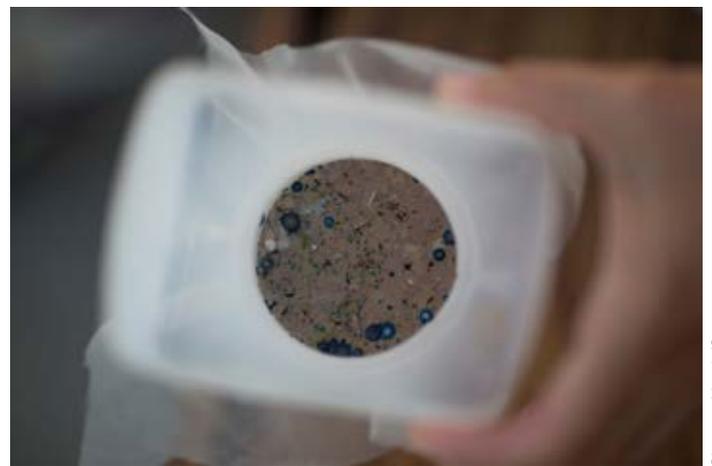
A seguito del lancio della Campagna “No Plastic” nel Mediterraneo, in estate è partito il **tour della Rainbow Warrior “Meno plastica, più Mediterraneo”**. Gli uffici coinvolti hanno organizzato diverse attività di sensibilizzazione, pressione politica e approfondimento sull'inquinamento marino derivante dalla plastica. In Italia, in collaborazione con tre importanti Istituti di ricerca italiani, sono stati effettuati diversi campionamenti in acqua e sugli organismi marini per verificare la presenza di plastica e microplastiche nei nostri mari.

ATTIVITÀ DI COINVOLGIMENTO DEGLI STAKEHOLDER E LORO REAZIONI (INCLUSE ATTIVITÀ DI LOBBYING E IN COALIZIONE)

Greenpeace ha interagito con **MareBlu e Bolton** (marchio RioMare) per le questioni relative al tonno in scatola, e registra preoccupanti rallentamenti nella collaborazione con quest'ultima. Per la pesca sostenibile è stata coinvolta **COOP** rispetto a un problema di “certificazione ambientale” di vongole provenienti dalla Turchia, purtroppo senza alcun risultato apprezzabile. Sono state concordate comunicazioni congiunte sul tema “plastica” con movimenti internazionali come “Break Free from Plastic” e “Zero Waste” e per il tour della Rainbow Warrior è stata avviata una collaborazione con scienziati del CNR e delle Università delle Marche e di Napoli.

ATTIVITÀ DI MOBILITAZIONE DEI VOLONTARI

Durante il tour della Rainbow Warrior, nei porti di Genova, Pozzuoli e Ancona dove era presente la nave e in altre località italiane, i volontari hanno organizzato attività di pulizia delle spiagge, banchetti e iniziative per promuovere il riciclo e il riutilizzo della plastica e iniziative di sensibilizzazione rivolte all'opinione pubblica.



©Lorenzo Moscia/Greenpeace

PROSPETTIVE 2018

- Greenpeace continuerà a fare pressione sulle principali aziende nazionali che producono tonno in scatola.
- Proseguire la ricerca di pescatori artigianali a sostegno delle iniziative sulla pesca sostenibile.
- Pubblicare i dati raccolti durante i campionamenti del tour 2017 della Rainbow Warrior, nell'ambito del nostro impegno per l'eliminazione dei prodotti monouso di plastica.

SUCCESSI

- **Siglato l'accordo con Thai Union per garantire maggiore sostenibilità ambientale e sociale nelle produzioni di tonno in scatola.**
- **Publicata la Strategia UE sulla plastica che include alcuni importanti obiettivi di sostenibilità.**

CRITICITÀ

- **Si è rallentato il dialogo con Bolton, principale attore nazionale del settore.**
- **Pochi pescatori aderiscono alle iniziative sulla pesca artigianale.**
- **Dialogo insufficiente con il Ministero dell'Ambiente.**
- **La “questione plastica” si orienta più verso il riciclo e la gestione dei rifiuti che sulla loro riduzione.**

Attivisti in azione agli stabilimenti della Tempo per protestare contro la deforestazione della Grande Foresta del Nord. ©Tommaso Galli/Greenpeace



2.4. FORESTE

OBIETTIVI DEL 2017

- Lavorare al fianco delle Popolazioni Indigene dell'**Amazzonia** per il riconoscimento dei loro diritti.
- Denunciare i legami fra le banche internazionali e quelle multinazionali che producono olio di palma a discapito delle foreste in **Indonesia**.
- Proteggere la **Grande Foresta del Nord**, l'ecosistema forestale boreale che si estende dall'Alaska alla Russia, passando per il Canada e la Scandinavia, contribuendo alla pressione internazionale su una delle aziende principalmente responsabili della deforestazione di questo ecosistema.

ATTIVITÀ SVOLTE

Greenpeace ha denunciato l'aumento di **omicidi di matrice ambientale** e l'arrivo in Italia di legname di provenienza illegale e ha lottato contro lo sfruttamento minerario in Amazzonia. In Indonesia l'Organizzazione ha denunciato le relazioni fra la **banca HSBC** e quelle multinazionali che producono **olio di palma** a discapito delle foreste. Similmente, è stata portata avanti una denuncia contro **Essity** (marchio "**Tempo**") a difesa della Grande Foresta del Nord e di una delle ultime foreste vergini d'Europa, la **Foresta Dvinsky** (Russia), minacciate dalla vendita di prodotti usa e getta. Greenpeace ha inoltre sostenuto le iniziative contro il ricorso di **Resolute Forest Products** che ha citato l'Organizzazione internazionale in un tribunale USA chiedendo un risarcimento di 200 milioni di euro.

ATTIVITÀ DI COINVOLGIMENTO DEGLI STAKEHOLDER E LORO REAZIONI (INCLUSE ATTIVITÀ DI LOBBYING E IN COALIZIONE)

L'Associazione ha avuto contatti con il Ministero delle Politiche Agricole, Alimentari e Forestali e con i Carabinieri Forestali per il contrasto all'importazione di legname illegale. Greenpeace è entrata a far parte della rete di ONG italiane "In Difesa Di..." che si occupa dei Difensori dei Diritti Umani. Con l'azienda italiana che acquistava legname proveniente dalla Foresta del Dvinsky e con la sede italiana di **Essity** è stato instaurato un dialogo positivo a supporto di politiche ambiziose di gestione forestale. Per promuovere la difesa delle Foreste e della libertà d'espressione sono stati coinvolti scrittori italiani di fama nazionale e internazionale.

ATTIVITÀ DI MOBILITAZIONE DEI VOLONTARI

I volontari si sono mobilitati per la difesa della Grande Foresta del Nord presso gli "alberi monumentali", al Salone Internazionale del Libro di Torino e in vari supermercati. Nelle scuole elementari hanno spiegato l'importanza dell'ecosistema forestale boreale. È stata svolta una azione di denuncia presso i siti di Essity Italia.

PROSPETTIVE 2018

- Continuare a lavorare per la difesa dei diritti dei Popoli Indigeni dell'Amazzonia e della Grande Foresta del Nord e a monitorare l'arrivo di legname illegale in Italia.
- Proseguire il lavoro per proteggere la Grande Foresta del Nord e promuovere la diminuzione del consumo di prodotti usa e getta in carta.

SUCCESSI

- **In Amazzonia non si è riaperta l'attività mineraria e la banca HSBC ha pubblicato una nuova policy di protezione delle foreste.**
- **Essity Italia ha collaborato con Greenpeace nel fare pressione sulla sede centrale per l'adozione di una policy di gestione forestale più ambiziosa.**
- **La Corte statunitense del Distretto Nord della California ha respinto le accuse di Resolute Forest Product nei confronti di Greenpeace.**

CRITICITÀ

- **L'instabilità istituzionale in Brasile ha causato ritardi sulle attività in Amazzonia.**
- **La cessazione del Corpo Forestale dello Stato ha ridotto l'efficacia del contrasto alle importazioni di legno illegale.**
- **Resolute ha cercato di intimidire Greenpeace con cause legali milionarie, minacciando la libertà d'espressione.**



Greenpeace in azione al palazzo della Regione Veneto per protestare contro l'inquinamento da PFAS. ©Francesco Alesi/Greenpeace

2.5. INQUINAMENTO DA PFAS IN VENETO

OBIETTIVI DEL 2017

- Sviluppare una campagna nazionale, basata sul coinvolgimento delle comunità locali, per fermare la contaminazione da **PFAS** in Veneto e tutelare salute e ambiente.

ATTIVITÀ SVOLTE

Nota dal 2013, la contaminazione da **PFAS** (sostanze perfluoroalchiliche) che interessa un'ampia area delle province di Vicenza, Verona e Padova non era mai stata affrontata in modo adeguato. Per decenni, circa **350 mila abitanti** hanno bevuto acqua potabile inquinata da PFAS con un accumulo di queste sostanze nel sangue. Greenpeace ha avviato una campagna rivolta principalmente alle istituzioni regionali richiamandole al loro dovere di tutelare efficacemente l'ambiente e la salute dei cittadini. La campagna, oltre a produrre dati scientifici indipendenti come report sulla presenza di PFAS in scarichi industriali e nell'acqua potabile erogata nelle scuole, si è basata sulle richieste di **trasparenza, diritto di informazione e coinvolgimento attivo** dei cittadini. Greenpeace è riuscita a diventare un importante punto di riferimento per la popolazione e sono state organizzate numerose attività congiunte (incontri informativi, assemblee pubbliche, mobilitazioni, manifestazioni e sit-in di protesta). La pubblicazione di un report investigativo sulla situazione finanziaria dell'azienda **Miteni**, considerata la principale fonte inquinante, ha avuto un ruolo fondamentale per dare al caso risalto sulla stampa nazionale, conquistando le prime pagine di importanti quotidiani.

ATTIVITÀ DI COINVOLGIMENTO DEGLI STAKEHOLDER E LORO REAZIONI (INCLUSE ATTIVITÀ DI LOBBYING E IN COALIZIONE)

Per la prima volta nella storia di Greenpeace Italia è stato coinvolto un gruppo di cittadini in un'azione di **protesta nonviolenta**. Diversi poi gli *stakeholder* istituzionali con cui si sono svolti incontri e confronti: tra questi, rappresentanti delle autorità locali (sindaci e consiglieri regionali), Direzione Generale ARPA Veneto, Commissione parlamentare d'inchiesta sui rifiuti, e rappresentanti del Ministero della Salute e dell'Istituto Superiore di Sanità con cui è stato avviato un dialogo, ma con scarsi risultati.

ATTIVITÀ DI MOBILITAZIONE DEI VOLONTARI

I volontari dei Gruppi locali del Veneto hanno avuto modo di partecipare a numerose attività svolte insieme ai comitati locali (assem-

blee pubbliche, marce e mobilitazioni). Gli attivisti hanno partecipato anche a due azioni di protesta, ad una delle quali hanno partecipato anche esponenti dei comitati locali.

PROSPETTIVE 2018

- Continuare collaborazione e sostegno ai comitati locali in Veneto.
- Ottenere la bonifica di Miteni e realizzare un piano di **riconversione industriale** delle attività produttive che ancora utilizzano questi composti nei processi produttivi.
- Esercitare pressione sul Governo e UE per una direttiva che porti alla regolamentazione dei PFAS oltre all'individuazione di restrittivi limiti nazionali per la presenza di queste sostanze nell'acqua potabile.

SUCCESSI

- **Abbassamento limiti di PFAS nell'acqua potabile da parte della Regione Veneto.**
- **Via al programma sperimentale per raggiungere livelli prossimi allo zero nell'acqua potabile della zona del Veneto più inquinata.**
- **Attivo coinvolgimento di comitati e movimenti locali ma anche di popolazione non residente.**
- **Elevato livello di mobilitazione online (tweet bombing, firme della petizione).**

CRITICITÀ

- **Mancanza di un dialogo diretto e costruttivo con i vertici della Regione Veneto, con reciproche denunce in Procura.**



©Francesco Alesi/Greenpeace



Greenpeace coinvolge le persone durante la Make Something Week, una settimana in cui si è cercato di riscoprire la nostra manualità per sostituire l'attuale modello di consumo. ©Alessandro Vona/Greenpeace

2.6. DA DETOX ALLA SOSTENIBILITÀ DEI CONSUMI

OBIETTIVI DEL 2017

- Passare dall'eliminazione delle sostanze chimiche pericolose del modello Detox ad un nuovo modello di consumo per la sostenibilità a partire dal settore del tessile e dell'abbigliamento.

ATTIVITÀ SVOLTE

L'impegno di Greenpeace Italia, nei due progetti internazionali della Campagna Inquinamento (**Detox My Fashion e Detox Outdoor**) è proseguito anche nel 2017. Parallelamente alle attività sull'eliminazione delle sostanze chimiche pericolose dalle filiere produttive tessili e dell'abbigliamento è stato sviluppato il lavoro sui consumi: le attività si sono concentrate quindi sulle abitudini di acquisto degli italiani, su modelli di business alternativi rispetto a quelli che incentivano un consumo eccessivo e sulle alternative al consumismo. Questa tematica è stata al centro della **"Make Something Week"**, una settimana di eventi globali che si è svolta a dicembre: partendo dalla manualità, si è voluto fornire un'alternativa al modello di consumo tradizionale, promuovendo il recupero e il riciclo creativo. Greenpeace Italia ha organizzato due eventi principali a Roma e Milano che hanno visto la partecipazione di circa 400 persone. L'ufficio italiano ha avuto anche la **leadership** del progetto a livello internazionale. Riguardo alle attività sui consumi, oltre alla pubblicazione di un sondaggio sulle abitudini di acquisto da parte degli italiani di capi di abbigliamento e accessori, è stato pubblicato il report internazionale **"Fashion at the Crossroads"** volto ad individuare modelli di business alternativi rispetto a quelli tradizionali, tipici del fast fashion, che incentivano un consumo eccessivo.

ATTIVITÀ DI COINVOLGIMENTO DEGLI STAKEHOLDER E LORO REAZIONI (INCLUDE ATTIVITÀ DI LOBBYING E IN COALIZIONE)

È proseguito il dialogo con i rappresentanti di **Confindustria** di due dei principali distretti tessili italiani (**Prato e Como**). Un centinaio di rappresentanti dell'industria tessile e della moda (nazionali e internazionali) hanno partecipato alla presentazione del report **"Fashion at the Crossroads"**. Nel corso della **"Make Something Week"** sono stati coinvolti numerosi *stakeholder* tra cui Fashion Revolution, partner organizzativo dell'evento di Milano, e numerosi makers con cui è stata sviluppata una proficua collaborazione.



ATTIVITÀ DI MOBILITAZIONE DEI VOLONTARI

Il coinvolgimento e ruolo attivo del volontariato è stato di primaria importanza, sia nell'organizzazione dei due eventi principali della **"Make Something Week"** (Milano e Roma), che nell'organizzazione di altri eventi che si sono svolti in alcune città italiane (ad esempio Verona, Napoli, Pescara e Torino).

PROSPETTIVE 2018

- Applicazione dello standard Detox nel distretto tessile di Como (il secondo in Italia) per rafforzare il processo di trasformazione nel settore tessile/moda innescato dalla campagna Detox.
- Allargare (con cornici narrative coerenti) le attività sulla **riduzione dei consumi** ad altre tematiche di cui l'Organizzazione già si occupa (ad esempio plastica, carta).

SUCCESSI

- Un seminario organizzato dall'ECHA ha sancito il successo internazionale dell'impegno DETOX del Distretto tessile di Prato.
- Impegno di Gore-Fabrics all'eliminazione dei PFC pericolosi dai propri processi produttivi e dai prodotti.
- Ruolo di leadership dell'ufficio italiano nell'organizzazione delle attività internazionali **"Make Something Week"**.
- L'impegno Detox coinvolge 86 marchi, di cui 59 sono italiani.

CRITICITÀ

- Scarso dialogo con le istituzioni per includere lo standard Detox nella normativa vigente.
- Per intervenire in modo significativo sui temi dei consumi e degli orientamenti dei consumatori, Greenpeace deve acquisire maggiori capacità.

Le api di Greenpeace in sciopero fuori dal Ministero dell'Agricoltura per chiedere lo stop nell'utilizzo dei pesticidi.
©Francesco Alesi/
Greenpeace



2.7. AGRICOLTURA SOSTENIBILE

OBIETTIVI DEL 2017

- Proseguire la campagna per la salvaguardia di api e impollinatori naturali.
- Denunciare gli impatti dell'erbicida **glifosato**, con focus al raggiungimento del quorum dell'Iniziativa dei Cittadini Europei (ICE) e voto contrario dell'Italia al rinnovo.

ATTIVITÀ SVOLTE

Con il rapporto "Rischi ambientali degli insetticidi neonicotinoidi" – una rassegna approfondita di tutti gli studi scientifici pubblicati dal 2013 in poi sugli effetti degli **insetticidi neonicotinoidi** su impollinatori e sull'ambiente in generale – abbiamo sostenuto le attività per un bando definitivo di queste pericolose sostanze. Tra esse, una petizione a tutela delle api, diretta al Ministro dell'Agricoltura e alla Commissione europea. Sul fronte glifosato è stata lanciata la raccolta di firme per una **Legge di Iniziativa popolare Europea (ICE)** lavorando per raggiungere il quorum italiano ed europeo. In particolare, Greenpeace ha denunciato conflitti di interessi del panel dell'Agenzia europea per le sostanze chimiche (**ECHA**), e gli scandali legati ai cosiddetti "Monsanto papers".

ATTIVITÀ DI COINVOLGIMENTO DEGLI STAKEHOLDER E LORO REAZIONI (INCLUSE ATTIVITÀ DI LOBBYING E IN COALIZIONE)

Nell'ambito del lavoro sull'ICE glifosato sono state molteplici le attività di lobby e sensibilizzazione effettuate in collaborazione con la coalizione italiana **#StopGlifosato** e la rispettiva coalizione, a carattere europeo, **#StopGlyphosate**.



©Lorenzo Moscia/Greenpeace

ATTIVITÀ DI MOBILITAZIONE DEI VOLONTARI

Una mobilitazione nazionale a tema "api" ha tradotto a livello territoriale le problematiche legate al declino degli impollinatori e la necessità di confermare il bando dei neonicotinoidi. Gli attivisti sono stati impegnati sia in uno **"sciopero delle api"** davanti al Ministero delle politiche Agricole che in una manifestazione effettuata presso il Ministero della Salute che è stata utile a far dichiarare pubblicamente al Ministro Lorenzin la sua posizione contraria al rinnovo dell'erbicida, in vista del voto europeo.

PROSPETTIVE 2018

- Proseguirà il lavoro di denuncia contro l'uso di pesticidi in agricoltura e a favore di **pratiche agricole sostenibili**, con focus sulla tutela degli insetti impollinatori per rendere permanente ed allargare gli scopi del bando europeo degli insetticidi neonicotinoidi particolarmente dannosi per le api.
- Proseguirà anche il lavoro per far rientrare le cosiddette New Breeding Techniques (NBTs) all'interno della normativa UE sugli **OGM**, per una corretta valutazione dei potenziali effetti sulla sicurezza di alimenti, mangimi e ambiente.
- Verranno denunciate le problematiche per ambiente e salute causate dagli **allevamenti intensivi** e la necessità di ridurre il consumo di carne e latticini.

SUCCESSI

- **Sensibilizzazione di nuovi stakeholder in vista della discussione del bando tramite la petizione sulle api.**
- **L'ICE glifosato in meno di cinque mesi ha superato il milione di firme a livello europeo, e il quorum italiano con 73.294 firme (di cui quasi 30 mila raccolte da Greenpeace Italia)**
- **Il Governo ha ufficializzato il voto negativo dell'Italia al rinnovo dell'autorizzazione del glifosato.**
- **Nessuna coltivazione di OGM sul territorio italiano.**

CRITICITÀ

- **Ennesimo slittamento del voto sul bando dei neonicotinoidi, che ha reso più complicato esercitare la dovuta attenzione e pressione sul tema.**
- **Difficoltà ad interloquire con il governo italiano sulla destinazione di fondi di ricerca ai cosiddetti "nuovi OGM".**



Greenpeace scende in piazza contro gli accordi di libero commercio come il CETA e il TTIP.

2.8. ACCORDI COMMERCIALI INTERNAZIONALI (TTIP/CETA)

OBIETTIVI DEL 2017

- Opposizione al negoziato sul **TTIP** (Transatlantic Trade and Investment Partnership) e alla ratifica del **CETA** (Comprehensive Economic and Trade Agreement) da parte del Parlamento italiano, evidenziando il rischio che incombe su gran parte delle produzioni agricole nazionali e sugli standard di protezione per persone, diritti e ambiente.
- Bloccare il processo di ratifica nazionale del CETA.

ATTIVITÀ SVOLTE

Greenpeace è stata protagonista in una coalizione trasversale che comprende rappresentanti di consumatori, ambientalisti, agricoltori, sindacati e che è riuscita a non far votare in aula il provvedimento di ratifica del CETA. Una costante attività di **lobby** mirata nei confronti di parlamentari e senatori ha tenuto alta l'attenzione al problema sostenuta tra l'altro da una manifestazione di fronte a Montecitorio (insieme a una coalizione trasversale), a Twitter e mail storm, fino alla pubblicazione del briefing "**CETA: standard europei di sicurezza sotto attacco**" che sottolinea in particolare i pericoli dell'accordo per gli standard agro-alimentari. La credibilità di questi trattati commerciali è stata inoltre messa in discussione da Greenpeace che ha pubblicato nuovi **documenti riservati** sul trattato commerciale fra Giappone ed Unione europea (JEFTA), e il documento sui "**10 principi di Greenpeace per gli accordi sul commercio**".



ATTIVITÀ DI COINVOLGIMENTO DEGLI STAKEHOLDER E LORO REAZIONI (INCLUDE ATTIVITÀ DI LOBBYING E IN COALIZIONE)

Greenpeace è stato un attore importante di una coalizione trasversale che comprende rappresentanti di consumatori, ambientalisti, agricoltori, sindacati e società civile.

ATTIVITÀ DI MOBILITAZIONE DEI VOLONTARI

I volontari hanno partecipato a numerose attività di supporto ai comitati stop-TTIP disseminati sul territorio nazionale in attività contro la ratifica del CETA.

PROSPETTIVE 2018

- Sollecitare i candidati alle elezioni a prendere una chiara posizione contro la ratifica del CETA.
- Contrastare la ratifica del CETA nella prossima legislatura.

SUCCESSI

- **Bloccata la ratifica del CETA fino alla fine della legislatura.**
- **Creazione di un inter gruppo "Stop-CETA" che raccoglie parlamentari e senatori delle diverse forze politiche.**

CRITICITÀ

- **Difficoltà a trovare spazi sui media tradizionali per denunciare i rischi legati al CETA e simili trattati sul commercio.**



Un grande striscione dalla terrazza del Pincio di Roma in occasione dell'anniversario dei trattati di Roma. Il messaggio per un futuro di energia pulita è chiaro.
©Lorenzo Moscia/
Greenpeace

2.9. ALTRE ATTIVITÀ

Tra le molte iniziative di Greenpeace Italia, che vanno dal varo di una norma per le **Rinnovabili nelle Piccole Isole** alla denuncia delle etichettature “verdi” in prodotti ittici pescati con sistemi distruttivi come le draghe idrauliche o **turbosoffianti**, ne segnaliamo due che possono gettare le basi per future attività su temi che fino ad ora l'Associazione ha affrontato solo episodicamente.

Il 25 marzo 2017 si è celebrato il 60esimo anniversario della firma dei **Trattati di Roma**, due tra i documenti più importanti della storia dell'Unione Europea, firmati il 25 marzo del 1957 nel Palazzo dei Conservatori. Due giorni prima attivisti di Greenpeace sono entrati in azione aprendo uno striscione di 100 metri quadri dalla terrazza del Pincio, con il messaggio “After 60 years: a better Europe to save the climate” rivolto ai leader europei, che nei giorni successivi si sarebbero riuniti nella Capitale.

Greenpeace ha voluto aderire ai tre giorni di incontri organizzati in tutta la città, e alla grande marcia di sabato 25 marzo, convocata da cittadini provenienti da tutta Europa e decine di associazioni riunite nella coalizione **“La nostra Europa”** per un'Europa unita, democratica e solidale. Su questi temi, Greenpeace Italia, con altri uffici di Greenpeace in Europa, ha promosso la prima riunione di **una rete di volontari europei di Greenpeace**. Questa rete si è riunita nuovamente ad Amburgo in occasione del **G20** e i volontari hanno elaborato un **“Manifesto”** che è oggetto di riflessione e spunto per ulteriori attività (in Europa ma non solo) sui temi dell'ambiente ma anche della difesa degli spazi di democrazia, libertà e sulla giustizia sociale.

L'omicidio dell'attivista ambientale **Berta Caceres** ha avviato dentro Greenpeace, e non solo in Italia, una riflessione per un nostro maggiore impegno sui temi della terribile repressione, che non di rado arriva all'omicidio, che devono affrontare in troppi Paesi coloro che protestano rivendicando, dignità, giustizia, pace. Greenpeace ha deciso di aderire sin dal suo esordio alla coalizione **“In Difesa Di – per i diritti umani e chi li difende”** (<http://www.indifesadi.org>), una rete di oltre 30 organizzazioni e associazioni italiane attive su tematiche differenti (diritti umani, ambiente, solidarietà internazionale, pace e disarmo, diritti dei lavoratori, la libertà di stampa e lo stato di diritto) che hanno unito le forze per aprire in Italia uno spazio di riflessione e di azione sulla questione dei **difensori/e dei diritti umani**, e chiedere al Governo, al Parlamento e agli enti locali di impegnarsi per la loro tutela e protezione. La rete

organizza incontri e produce documenti, all'attenzione del Governo e del Parlamento, sollecitando il nostro Paese (che tra l'altro nel 2018 ha la Presidenza dell'OCSE) a una maggiore attenzione a questi temi.

2.10. IL SISTEMA DI VALUTAZIONE DEI PROGETTI: PERFORMANCE, ACCOUNTABILITY AND LEARNING

Nel rispetto delle aspettative e della fiducia dei suoi *stakeholder* più importanti, i sostenitori, la comunità globale di Greenpeace ha deciso recentemente di intraprendere un percorso per aumentare il livello di **responsabilità e trasparenza** (sia interna che esterna) con cui l'Organizzazione porta avanti la propria *mission*, e diventare così sempre più rapida ed efficace nella pianificazione e attuazione dei progetti, proteggendo i propri valori e la propria reputazione.

Per questo motivo è stato avviato un sistema condiviso di valutazione dei progetti: **PAL (Performance, Accountability and Learning)**, con la creazione di una Unità dedicata presso Greenpeace International, che supporta e connette la comunità di Greenpeace nell'intento di massimizzare l'innovazione, l'apprendimento e la condivisione di *best practices* non solo nelle attività di campagna ma anche in progetti pionieri trasversali afferenti ad altre aree dell'Associazione (Risorse Umane, Raccolta Fondi etc.).

L'Unità PAL coadiuva gli uffici nel prezioso processo di apprendimento nelle seguenti attività chiave: Strategia, Pianificazione, Monitoraggio, Valutazione e Reportistica, coordinando processi, creando *template* e strumenti di valutazione, organizzando *webinar* globali per la condivisione di **debriefing** di progetti, e fornendo supporto tecnico attraverso tre PAL Manager, che assistono costantemente gli uffici a loro assegnati dialogando con i rispettivi *focal point*, ruolo solitamente ricoperto da un membro del Senior Management Team.

Il Consiglio Direttivo di Greenpeace Italia ha recepito la *policy* PAL nel 2015: è ormai una buona prassi consolidata quella di analizzare i risultati e l'efficacia dei principali progetti di Campagna attraverso dei *debriefing* strutturati, discussi sia a livello di “core team” che ha svolto il progetto, sia con il Senior Management Team attraverso riunioni estese allo staff coinvolto: all'interno di questi *debriefing* vengono messi in luce obiettivi e risultati raggiunti, ma anche criticità incontrate e insegnamenti (le cosiddette **key lessons learned**) da mettere in pratica per attività future.

3. LE STRATEGIE DI ENGAGEMENT

Ci sono pochi dubbi sul fatto che, nel Ventunesimo secolo, i movimenti e le reti saranno fattori determinanti per il destino del Pianeta, arrivando al “cuore” del potere dei governi e delle multinazionali grazie alla mobilitazione di milioni di persone. Questo riconoscimento è al centro del “**Long Term Global Framework**”, il documento strategico approvato nel 2016: i nuovi canali e le tecnologie di comunicazione offrono un gran potenziale a organizzazioni come Greenpeace per crescere ed effettuare cambiamenti.

Tutto ciò comporta un fondamentale cambiamento nel modo in cui Greenpeace entra in rapporto con le persone. L’Organizzazione è cresciuta negli anni sviluppando relazioni diverse e complesse con volontari, attivisti, donatori, sostenitori, alleati, simpatizzanti in genere. A ogni figura un tipo di comunicazione, quasi fossero divise in silos. Ma ora che le nuove piattaforme permettono di tracciare queste relazioni, di mapparle e approfondirle, coinvolgere le per-

sone come se avessero una sola dimensione non è più possibile. Greenpeace ha scelto di sviluppare un approccio integrato, che tenga conto dei modi diversi e multipli con i quali le persone entrano in contatto con le sue attività. Questo approccio è alla base della “**Strategia globale di Engagement**”, adottata nel 2017, che rappresenta l’insieme delle modalità con le quali l’Organizzazione intende perseguire gli obiettivi indicati dal “Framework”.

L’*Engagement* può essere definito come l’insieme delle occasioni di contatto e coinvolgimento (ai vari livelli) che Greenpeace è in grado di offrire ai suoi sostenitori finanziari e non finanziari, allo scopo di raggiungere più persone, motivarle a fare più azioni, e azioni diverse, per un più lungo periodo di tempo. È il modo in cui Greenpeace cerca di sviluppare il concetto di “People Power”. La sua rappresentazione grafica è nella cosiddetta “**Piramide dell’Engagement**”, e associa le varie funzioni di comunicazione, mobilitazione, raccolta fondi in un percorso integrato e dinamico.

Engagement Pyramid

Sample Metrics

The contributions of leaders can not be measured by metrics alone, but you may have qual and quant benchmarks such as:

Actions

6) Leads Others: Engaged becomes the engager; Focuses on training others; easily confused with staff
Organising others, recruiting donors, serving on board

leading

- # Group/community leaders
- # Recruited by leaders

5) Ongoing, Collaborative Actions: Major investments of time, money and social capital often blur; GP= source of passion
Publishing about GP campaigns, public speaking, deep volunteer involvement

owning

- # Fundraising leaders
- # Lead volunteers
- # NVDA action-takers

4) Multi-Step Assignments / Actions representing significant contribution of time, money, or social capital
Joins group, attends event, makes large donation

contributing

- # Regular donors
- # Regular vols/activists
- # Content creators

3) Single step or straightforward actions with low risk / investment
Signs petition, makes one-time small donation, shares content

endorsing

- # One time donors
- # Petition signers
- # People sharing
- # Participating in volunteer welcome program

2) Agrees to receive info; Provides contact info or subscribes
Reading and watching direct GP communications

following

- # Email subscribers (active within last year)
- # FB/Twitter followers
- # People indicating they want to volunteer W/ GP

1) Interested in cause; Aware of Greenpeace: Learning more via friend, DD, media, social media
Visits website / soc media; attends an event

observing

- Website traffic
- Social mentions
- Media impressions
- Polling (awareness)

3.1. VERSO UNA COMUNICAZIONE INNOVATIVA

Il *Framework* e la *Global Engagement Strategy* stanno modificando in profondità non solo il modo di fare campagna, ma anche quello di comunicare di Greenpeace, che **ha deciso di superare la distinzione tra declinazione digitale e non digitale dei contenuti di comunicazione, al fine di lavorare in modo più integrato e completamente editoriale.**

Il **team editoriale**, un nuovo gruppo all'interno dello staff che si dedica a contenuti "cross-channel", si riunisce quotidianamente per definire il palinsesto, monitorare i risultati degli output di comunicazione sui vari canali e identificare opportunità ulteriori prendendo spunto dalla rassegna stampa. Questo approccio permette non solo di sviluppare prodotti editoriali sfruttando le campagne globali di Greenpeace, anche quelle non attivamente promosse dall'ufficio italiano, ma aiuta a identificare le migliori opportunità – così come le modalità e i tempi – per introdurre nel flusso di comunicazione generale gli argomenti di Greenpeace.

Nel corso del 2017 Greenpeace Italia ha cercato di **innovare la progettazione delle principali campagne integrate attraverso l'ascolto sistematico delle audience e il test di differenti narrative.** Sfruttando in questo modo i vantaggi della comunicazione circolare per adeguare la propria comunicazione – il tanto evocato "storytelling" – alle aspettative di attivisti, volontari e semplici cittadini interessati alle sue campagne. Un approccio testato per la campagna **"Clean Air Now"**, contro l'inquinamento urbano da veicoli, diesel in particolare. Sempre la campagna per l'aria pulita è stata l'occasione per introdurre altri elementi di coinvolgimento di attivisti e cittadini (in qualche modo già sperimentati in passato) come il "kit di mobilitazione", ovvero un insieme di strumenti per favorire l'estensione della mobilitazione a città diverse da quelle che vedono Greenpeace impegnata in prima fila.

Si è inoltre cercato di superare le apparenti divisioni tra le campagne, e il modo in cui queste vengono comunicate. L'obiettivo è quello di trovare elementi di raccordo tra i tanti progetti,

evidenziando gli obiettivi comuni in termini di sostenibilità ambientale, e il legame con la missione dell'Organizzazione.

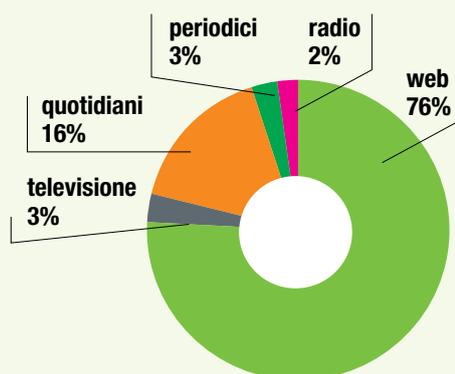
Tra le attività di comunicazione più rilevanti del 2017, che seguono il calendario concordato insieme alle Campagne e all'Unità di Mobilitazione Digitale, si segnalano:

- pubblicazione di un importante rapporto nell'ambito della **campagna "No PFAS"**;
- conferenza stampa di apertura dello **ship tour "Meno plastica, più Mediterraneo"** a Genova;
- evento di divulgazione scientifica organizzato ad Ancona sempre nell'ambito del tour, con presenza a bordo di "TG3", "La Stampa", "Radio Capital", "GR RadioRai" e "Il Venerdì di Repubblica";
- eventi organizzati nel corso del **"Make Something Week"**.

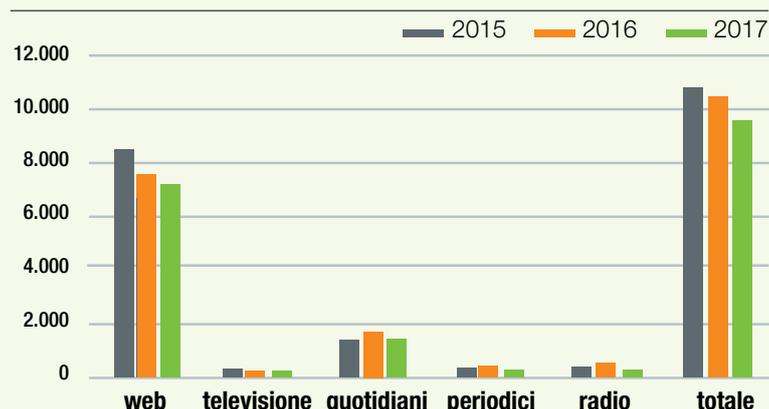
Accanto all'uso di strumenti più innovativi, restano le tradizionali interazioni con i media. Che a volte si concretizzano in veri e propri contributi giornalistici (blog realizzati per "Il Fatto Quotidiano", "LaStampa.it" e "Huffington Post"). Importante anche la relazione con **Geo**, storica trasmissione sull'ambiente di RaiTre, nella quale Greenpeace è spesso presente con spazi per approfondimenti di qualità su tematiche legate alle campagne. Nel 2017, l'Unità Comunicazione ha raggiunto un accordo con **"Focus"**, per la partecipazione al tour della rivista in dodici città italiane, dedicato a clima, energia e ambiente. Ad aprile, Greenpeace è tornata a organizzare un evento al **Festival del Giornalismo di Perugia** dedicato a "Storytelling e disastri ambientali".

Come si evince dall'istogramma sul numero delle uscite media, in calo nel 2017 rispetto agli anni precedenti, **ci sono difficoltà a imporsi nell'agenda mediatica italiana, che ha altre tematiche al centro del proprio interesse.** Ma appare legata anche alla contrazione degli spazi sui media, dalla riduzione delle pagine alla chiusura di rubriche specializzate. E risente, probabilmente, del minor numero di comunicati stampa inviati nel 2017.

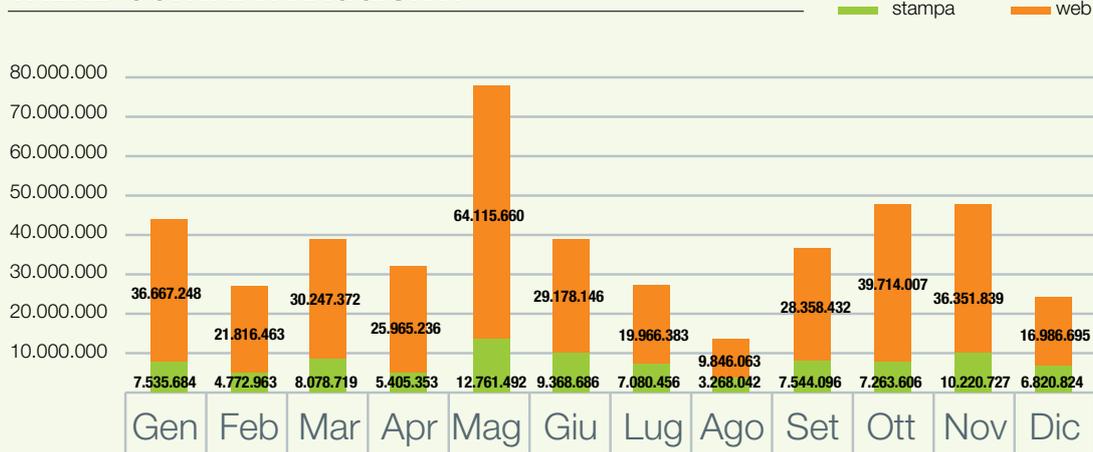
MEDIA COMPOSIZIONE USCITE 2017



MEDIA NUMERO DI USCITE



STAMPA-WEB TREND CONTATTI RAGGIUNTI



Totale Contatti raggiunti:
Stampa: **90.120.648**
Web: **359.213.544**

Contatti medi mensili:
Stampa: **7.510.054**
Web: **29.934.462**

Contatti medi giornalieri:
Stampa: **246.906**
Web: **984.147**

Grazie a nuovi strumenti di analisi, è possibile calcolare il numero di contatti raggiunti nel 2017 tramite le uscite stampa (90 milioni) e sul Web (359 milioni). Il record a maggio, con 64 milioni di contatti Web e quasi 13 milioni di contatti stampa, in corrispondenza delle attività legate al G7 di Taormina e della campagna Stop PFAS in Veneto.

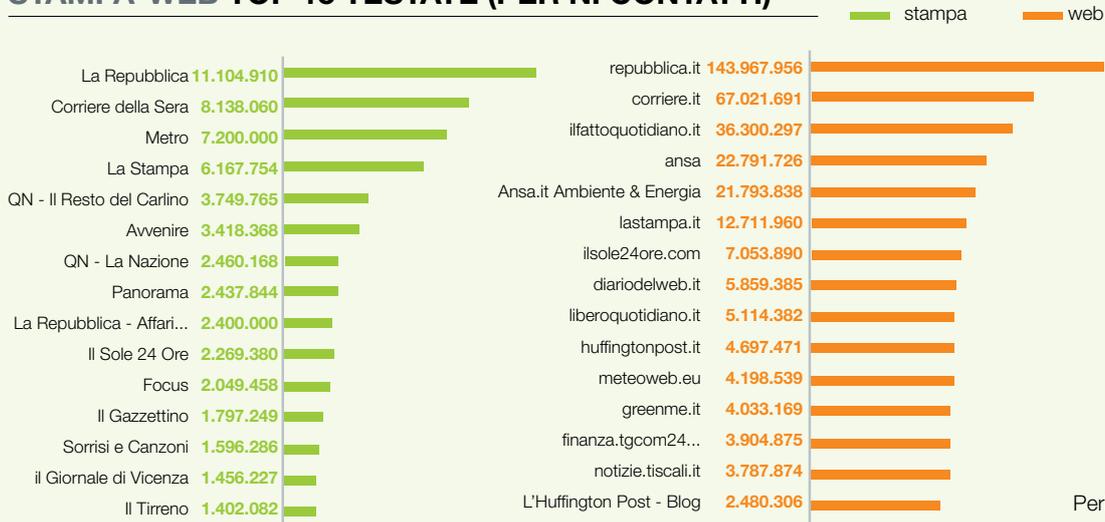
Si vedano le due classifiche separate per uscite stampa e Web – relative a:

1. le prime 15 testate del 2017 per numero di articoli pubblicati nei quali Greenpeace è menzionata;
2. le prime 15 testate per numero complessivo di contatti raggiunti dalle quali si evince che il numero di articoli pubblicati non è di per sé garanzia di un numero superiore di persone contattate.

STAMPA-WEB TOP 15 TESTATE (PER N. ARTICOLI)



STAMPA-WEB TOP 15 TESTATE (PER N. CONTATTI)



Nota: i contatti stampa fanno riferimento al dato di diffusione fornito da "Dati e Tariffe", per il web i contatti fanno riferimento ai visitatori giornalieri medi forniti da ComScore.

3.2. LA MOBILITAZIONE ATTRAVERSO I CANALI DIGITALI

Greenpeace crede nel “potere di agire insieme”, o approccio basato sul *People Power*, perché “il futuro dell’ambiente è nelle mani di milioni di persone nel mondo che condividono le nostre aspirazioni”. Web, New Media e Social Media non sono solo i principali canali di mobilitazione, ma giocano un ruolo centrale nelle strategie di Greenpeace, in particolare nella *Global Engagement Strategy*: la direzione comune è quella di aumentare il livello di *engagement*, o di impegno/mobilitazione delle persone che entrano in contatto con Greenpeace. Tutte queste esperienze hanno ispirato la nascita di una nuova struttura, il Digital Mobilization Laboratory (Mob Lab), negli Stati Uniti, e la creazione di un dipartimento *Engagement a Greenpeace International*, avvenuta nel 2015 con la fusione delle funzioni di comunicazione, mobilitazione e raccolta fondi. A sua volta, Greenpeace Italia ha creato nel 2013, all’interno del Dipartimento Comunicazione e Raccolta Fondi, una unità digitale, che nel 2017 è stata rinominata Unità di Mobilitazione digitale.

Al centro del Web sono i **cyberattivisti**, ovvero coloro che accettano di impegnarsi in azioni online, petizioni, diffusione di messaggi virali, aiutando Greenpeace a svolgere le proprie campagne; vengono considerati in fase di programmazione, aggiornati di continuo, monitorati con costanza, osservati in qualità di termometro delle reazioni rispetto alle attività dell’Organizzazione. E investigati anche per il loro potenziale di raccolta fondi. **In totale, i contatti digitali e social hanno superato i due milioni.**

Nel 2017 sono 295.591 i cyberattivisti che hanno firmato almeno una petizione, 719.850 le firme raccolte (il 39 per cento in più rispetto al 2016), undici le campagne di mobilitazione promosse. Nella tabella sulla mobilitazione tramite petizioni, si evidenziano in rosso le petizioni più efficaci in termini di firme totali raccolte e di generazione organica di nuovi contatti (cioè non tramite campagne di digital advertisement).

CONTATTI ONLINE - STATISTICHE

	EMAIL TOTALI	CYBERATTIVISTI ⁵	FACEBOOK	TWITTER
2015	537.829	-	553.830	418.683
2016	626.608	-	657.157	469.852
2017	797.448	722.969	694.794	527.067

MOBILITAZIONE – KPI PETIZIONI

	FIRME TOTALI	NUOVI CONTATTI	%
SALVIAMO LE API	137.085	31.748	23,2%
ECI GLIFOSATO	79.317	11.797	14,9%
ENERGY CITIZENS	3.790	148	3,9%
DAKOTA PIPELINE	45.586	4.052	8,9%
STOP PFAS	74.894	19.827	26,5%
FORESTE DEL NORD	53.944	8.203	15,2%
NO PLASTICA	136.479	43.645	31,9%
TRUMP CLIMA	29.357	4.367	14,9%
ARTICO - TRUMP	18.168	10.134	55,8%
GUIDA PROSUMER	4.154	610	14,7%
TRASPORTI	30.179	3.082	10,2%

⁵ Dal 2017 l’Unità digitale distingue i cyberattivisti veri e propri dal totale degli indirizzi email in database, nel quale sono inclusi anche i donatori.



FACEBOOK MESE PER MESE⁶

GENNAIO

Video orangi deforestazione Indonesia olio di palma:

1.098.538 persone raggiunte (portata)
160.022 visualizzazioni del video
11.655 reazioni, commenti e condivisioni



Gli orangi hanno bisogno della tua voce per salvarsi: GUARDA cosa sta succedendo in Indonesia e DIFFONDI il video! → <http://bit.ly/2iwNk5X>
HSBC, la banca più grande d'Europa, fa prestiti milionari a società indonesiane che stanno distruggendo la casa degli orangi - la foresta del Borneo - per produrre olio di palma. Questi primati sono ormai sull'orlo dell'estinzione. Tutto questo DEVE finire: fermiamo la distruzione delle foreste indonesiane prima che per gli orangi sia troppo tardi! → <http://bit.ly/2iwNk5X>



APRILE

Video sul finning:

572.326 persone raggiunte (portata)
214.485 visualizzazioni del video
11.040 reazioni, commenti e condivisioni



Un peschereccio italiano coinvolto nella mattanza degli squali in Africa: GUARDA IL VIDEO
Il finning è una pratica crudele e inaccettabile: la pesca illegale va fermata subito! → <http://bit.ly/2qjnkKK>



FEBBRAIO

Video sul cibo convenzionale e biologico (impatto pesticidi sulla famiglia giapponese):

1.499.094 persone raggiunte (portata)
500.372 visualizzazioni del video
26.015 reazioni, commenti e condivisioni



GUARDA QUESTO VIDEO: abbiamo dei risultati che potrebbero scioccarti → <http://bit.ly/2lPIF03>

Questa famiglia giapponese si è sottoposta ad un esperimento: 10 giorni di dieta con alimenti convenzionali, seguiti da 10 giorni con alimenti esclusivamente biologici. I livelli di pesticidi nel corpo dopo pochi giorni si sono sensibilmente ridotti.

Un'alimentazione basata su prodotti locali, di stagione, senza pesticidi, è un bene per la tua salute e per quella del Pianeta! CONDIVIDI il video e unisciti a noi per eliminare i pesticidi dal nostro cibo e dal nostro ambiente: FIRMA ora → <http://bit.ly/2lPIF03>



MAGGIO

Sciopero delle api:

318.867 persone raggiunte (portata)
12.423 reazioni, commenti e condivisioni



IN AZIONE - SCIOPERO DELLE API OPERAIE!
"SENZA API, NON C'E' FUTURO! STOP ALL'USO DEI PESTICIDI NEONICOTINOIDI!" <http://bit.ly/2r4iIHd>

Questa mattina i nostri attivisti, travestiti da api operaie, hanno inscenato uno sciopero di fronte al Ministero delle politiche agricole per chiedere il bando totale dei pesticidi dannosi per le api.... Altro...



MARZO

Video dell'azione alla Regione Veneto (Stop PFAS):

551.535 persone raggiunte (portata)
189.664 visualizzazioni del video
11.483 reazioni, commenti e condivisioni



L'acqua potabile di molti Comuni veneti è inquinata da PFAS, sostanze chimiche pericolose presenti negli scarichi industriali. → <http://bit.ly/2n40LvS>

Qui i livelli di PFAS consentiti nelle acque potabili sono stati innalzati più volte, tanto da essere tra i più alti al mondo. Tutto questo deve finire ORA: oggi siamo andati a dirlo alla Regione Veneto, GUARDA IL VIDEO e FIRMA! → <http://bit.ly/2n40LvS>

Video credits: GIALLOMARE FILM



GIUGNO

Video di ringraziamento a Maro per l'agricoltura biologica senza pesticidi:

956.929 persone raggiunte (portata)
292.921 visualizzazioni del video
24.385 reazioni, commenti e condivisioni



Per 37 anni, Maro ha coltivato in modo biologico, rispettando la natura e rifiutando di avvelenare il terreno con i pesticidi. Abbiamo pensato di ringraziarla: il nostro Pianeta ha bisogno di più agricoltori come Maro e meno Monsanto → <http://bit.ly/2rGK5te>



⁶ Nel corso dell'anno, l'algoritmo di Facebook è cambiato, privilegiando le interazioni a pagamento rispetto a quelle organiche. Il confronto tra i post dei primi mesi e quelli della seconda parte dell'anno, di conseguenza, è favorevole ai primi.



LUGLIO

Video dell'acustico degli Almamegretta durante lo shiptour plastica:

360.853 persone raggiunte (portata)
81.937 visualizzazioni del video
5.854 reazioni, commenti e condivisioni



Greenpeace Italia
Pubblicato da Carlotta V. Giovannucci [?] · 3 luglio 2017 ·
LIVE ACUSTICO degli Almamegretta a bordo della Rainbow Warrior. GUARDA IL VIDEO e condividilo! Gli Almamegretta sono venuti a trovarci sulla nostra Guerriera dell'Arcobaleno nel porto di Pozzuoli e questo è quello che successo. Abbiamo bisogno anche della tua voce per lasciarci l'era della plastica alle spalle e difendere il mare e i suoi abitanti dalla nostra mentalità "usa e getta": GUARDA IL VIDEO DEL LIVE ACUSTICO e CONDIVIDILO! No Plastic! → <http://bit.ly/2fVVRlX>

OTTOBRE

Aperitivo al glifosato offerto al ministro Lorenzin:

587.419 persone raggiunte (portata)
222.019 visualizzazioni del video
11.153 reazioni, commenti e condivisioni

Greenpeace Italia
Pubblicato da Massimo Guidi [?] · 17 ottobre 2017 ·
GLIFOSATO: L'ITALIA VOTERA' NO!
Questa mattina i nostri attivisti hanno offerto un simbolico "aperitivo al glifosato" al ministro Beatrice Lorenzin, aprendo uno striscione con la scritta "La salute non è in vendita, Stop glifosato", di fronte al Ministero della Salute. Il ministro ci ha confermato ufficialmente che l'Italia si opporrà al rinnovo dell'autorizzazione del glifosato il prossimo 25 ottobre, quando i Paesi Ue saranno chiamati a votare. Lo chiedono 1,3 milioni di c... Altro...



AGOSTO

Post sui cambiamenti climatici:

323.050 persone raggiunte (portata)
6.775 reazioni, commenti e condivisioni

Greenpeace Italia
Pubblicato da Marcello Colacino [?] · 8 agosto 2017 ·
Gli scienziati statunitensi non hanno dubbi: i CAMBIAMENTI CLIMATICI esistono, sono causati dall'uomo e gli effetti sono già da tempo visibili: è quanto emerge con chiarezza da un rapporto federale che gli esperti americani hanno affidato in anteprima al NY Times, temendo la censura di TRUMP e del suo Governo, impegnato, oltre ogni logica, a promuovere proprio quelle fonti fossili - carbone, petrolio e gas - che sono la causa principale di questo disastro annunciato.
LEGGI E CONDIVIDI l'articolo de la Repubblica



"Temperature record, è colpa dell'uomo": rapporto di 13 agenzie Usa. Timori per la 'censura' di Trump
Il New York Times pubblica la bozza del documento, ancora in attesa che...
REPUBBLICA.IT

NOVEMBRE

Black Friday:

450.664 persone raggiunte (portata)
20.093 reazioni, commenti e condivisioni

Greenpeace Italia
Pubblicato da Michela de Santis [?] · 24 novembre 2017 ·
#BlackFriday NON E' UN BUON AFFARE SE COMPRI QUALCOSA CHE NON TI SERVE!
Nel periodo dello shopping sfrenato di Natale, riscopri la bellezza di fare, riparare e creare: il consumo eccessivo soffoca il Pianeta!
#BuyNothingDay #MakeSMTHNG
→ <https://www.makesmthng.org/it/>



SETTEMBRE

Video (globale) che spiega la distruzione della GFN per la produzione di fazzoletti:

300.543 persone raggiunte (portata)
80.712 visualizzazioni del video
6.263 reazioni, commenti e condivisioni



Greenpeace Italia
Pubblicato da Carlotta V. Giovannucci [?] · 27 settembre 2017 ·
Non sprecare Tempo! La Grande Foresta del Nord vale più di un fazzoletto: firma per difenderla → <https://goo.gl/S13vY>
Essity è la compagnia proprietaria di Tempo: per produrre fazzoletti che durano pochi secondi, spazza via alberi che impiegano secoli per crescere. Quello che fai con fazzoletti e tovaglioli è affar tuo, ma quello che Essity fa alla Foresta è un problema di tutti. FIRMA la petizione e CONDIVIDI il video! → <https://goo.gl/S13vY>

DICEMBRE

Video ringraziamento glifosato:

460.743 persone raggiunte (portata)
113.631 visualizzazioni del video
11.105 reazioni, commenti e condivisioni

Greenpeace Italia
Pubblicato da Carlotta V. Giovannucci [?] · 21 dicembre 2017 ·
Vogliamo dirvi GRAZIE per esservi schierati contro il glifosato. Non è stato bandito definitivamente, ma un rinnovo di 5 anni contro i 15 previsti, è l'inizio della fine per questo erbicida. Ed è anche grazie a VOI se questo è potuto accadere. CONDIVIDI questo video, l'agricoltura del futuro è sostenibile, ecologica e non è schiava dei colossi dell'agrochimica! #StopGlifosato!





TWITTER MESE PER MESE

GENNAIO

Greenpeace Italia
@Greenpeace_ITA

Prestiti milionari a chi distrugge le foreste del Paradiso. Fermiamo @HSBC prima che sia troppo tardi! → bit.ly/2iHxrYU

Questo filmato girato segretamente

215 Retweet 154 Mi piace

11:25 - 17 gen 2017

FEBBRAIO

Greenpeace Italia
@Greenpeace_ITA

Queste bustine erano nello stomaco di uno zifio, cetaceo che si è ammalato ed È MORTO di plastica. Riciclarla non basta, dobbiamo usarne meno

217 Retweet 186 Mi piace

11:08 - 3 feb 2017

MARZO

Greenpeace Italia
@Greenpeace_ITA

Oggi è la #GiornataMondialeDelSonno. Facciamo dormire al Pianeta sonni tranquilli!

86 Retweet 192 Mi piace

APRILE

Greenpeace Italia
@Greenpeace_ITA

#SharkFinning Un peschereccio italiano coinvolto in attività di pesca illegale in Africa: @maumartina servono provvedimenti severi subito!

109 Retweet 90 Mi piace

18:23 - 27 apr 2017

MAGGIO

Greenpeace Italia
@Greenpeace_ITA

#PlanetEarthFirst! Il nostro messaggio per @realDonaldTrump sulla cupola di San Pietro, prima dell'incontro con @Pontifex_it

222 Retweet 328 Mi piace

00:25 - 24 mag 2017

GIUGNO

Greenpeace Italia
@Greenpeace_ITA

In piazza tutti insieme per dire #StopCETA, non possiamo permettere svendita di diritti sociali e abbassamento degli standard ambientali

185 Retweet 183 Mi piace

10:31 - 27 giu 2017

LUGLIO

Greenpeace Italia
@Greenpeace_ITA

Uno scatto sott'acqua vicino Nisida: il mare lascia senza parole. Difendilo: #NoPlastic! bit.ly/2t6wmyZ

88 Retweet 113 Mi piace

18:08 - 2 lug 2017

AGOSTO

Greenpeace Italia
@Greenpeace_ITA

Questo discorso ha oggi 54 anni... e noi non lo dimentichiamo. We still have a dream, Martin ❤️

140 Retweet 227 Mi piace

12:01 - 28 ago 2017

SETTEMBRE

Greenpeace Italia
@Greenpeace_ITA

#Gifosato, l'Autorità UE per la sicurezza alimentare copia le valutazioni di rischio da #Monsanto. Inaccettabile! lastampa.it/2017/09/15/sci ...

101 Retweet 66 Mi piace

11:28 - 18 set 2017

OTTOBRE

Greenpeace Italia
@Greenpeace_ITA

#StopGifosato @Greenpeace_ITA offre aperitivo al gifosato a ministro Lorenzin Italia come vota prox settimana su rinnovo autorizzazione?

59 Retweet 87 Mi piace

10:24 - 17 ott 2017

NOVEMBRE

Greenpeace Italia
@Greenpeace_ITA

Il rinnovo al #gifosato è un regalo alle multinazionali agrochimiche. #StopGifosato goo.gl/ABRGv0

169 Retweet 118 Mi piace

17:43 - 27 nov 2017

DICEMBRE

Greenpeace Italia
@Greenpeace_ITA

ATTENZIONE, immagini forti: questo è quello che accade quando una #foresta viene protetta goo.gl/2mT6Y3

117 Retweet 165 Mi piace

0:13 - 2.307 visualizzazioni

12:16 - 5 dic 2017

3.3. LA RACCOLTA FONDI AL SERVIZIO DELL'INDIPENDENZA

Se il primo pilastro di Greenpeace è rappresentato dalle sue campagne, il secondo è senz'altro costituito dalla raccolta fondi, come e più di altre organizzazioni non profit. Il motivo è abbastanza semplice: **il principio dell'indipendenza condiziona fortemente il modo di raccogliere finanziamenti da parte di Greenpeace. Le policy globali impediscono infatti di accettare fondi da aziende, governi, partiti politici o istituzioni.** L'unica possibilità che rimane, quindi, è di rivolgersi alle singole persone che credono nella missione di Greenpeace in difesa del Pianeta e nella sua capacità di perseguirla.

- **Al centro della raccolta fondi di Greenpeace c'è il donatore, o sostenitore finanziario.**
- **Essere indipendenti** aumenta inevitabilmente le dimensioni dei costi sostenuti nella raccolta fondi.
- In Greenpeace è alta **l'attenzione verso le tecniche di fundraising e la continua innovazione nel settore.**

Non a caso, una ventina di anni fa, proprio **nell'ambito di Greenpeace si è sviluppata una tecnica di raccolta fondi oggi molto affermata: il "face to face"** o dialogo diretto. Allo stesso modo, Greenpeace è una delle organizzazioni che sta sviluppando con maggiore successo tecniche di raccolta fondi attraverso il Web o comunque digitali. Molte di queste tecniche sono al centro anche della raccolta fondi di Greenpeace in Italia.

Le policy di raccolta fondi

Le *policy* globali regolano la raccolta fondi ed eventuali relazioni di carattere finanziario, in particolare "con terzi soggetti".

In linea con le *policy*, **tutti i rapporti con i terzi devono:**

- **essere compatibili con gli obiettivi ambientali di Greenpeace;**
- contribuire al progresso della sua *mission*;
- proteggere l'indipendenza di Greenpeace;
- essere compatibili con l'immagine pubblica di Greenpeace, in quanto organizzazione attiva, indipendente, internazionale e credibile;
- prendere in considerazione i possibili effetti delle attività svolte da un ufficio di Greenpeace verso un altro;
- proteggere l'uso del nome di Greenpeace.

In casi particolari, è possibile **avviare delle partnership** o alleanze con terze parti impegnate verso gli stessi obiettivi di Greenpeace,

che facilitino il successo delle soluzioni ambientali o contribuiscano a raggiungere e sensibilizzare il pubblico, ma **solo se non compromettono l'indipendenza dell'Organizzazione.** Per i casi controversi, la decisione deve essere riportata al Direttore esecutivo e, nel caso che questa possa avere un impatto al di là dei confini nazionali, la questione deve essere valutata dal Direttore esecutivo di Greenpeace International. Inoltre, l'Organizzazione effettua uno **screening delle donazioni uguali o superiori a cinquemila euro.**

Le eccezioni alle policy e i "restricted funds"

Ci sono **eccezioni a queste regole.** Da alcune aziende (ma non da governi e istituzioni), se condividono finalità e obiettivi di Greenpeace, è possibile ricevere doni in natura ("gift in kind"), come servizi, materiale di supporto e spazi pubblicitari gratuiti: qualsiasi dono richiede l'approvazione del Direttore esecutivo e, se il valore è superiore ai 10 mila euro, deve essere comunicato nella relazione annuale. In occasione di eventi organizzati da terzi, inoltre, Greenpeace può essere destinataria di una raccolta fondi, a condizione che l'evento non abbia come scopo principale fare pubblicità o comunque comunicare le attività di qualche azienda. Nel caso in cui una società si impegni a corrispondere il dono dei dipendenti con una cifra dello stesso importo ("match giving"), Greenpeace può accettare le donazioni dei singoli, ma rifiuta il contributo da parte dell'azienda.

Per quanto sia articolata per campagne, **Greenpeace non cerca attivamente fondi per specifici progetti** ("restricted funds"). Nella relazione con i donatori, Greenpeace comunica singole campagne **ma chiede un sostegno per l'Organizzazione nel suo complesso.** E questo vale anche quando vengono presentati i costi di qualche specifica attività compiuta o da compiere. Le eccezioni sono poche, e sono dovute a rari casi particolari come:

- espresso desiderio del sostenitore;
- progetti predefiniti e comunicati in via speciale.

Leggi, Regolamenti, Codici di Condotta

La crescente importanza del Dialogo Diretto ha spinto le organizzazioni no profit a dotarsi – sin dal 2009 – di linee guida che stabiliscono le "Buone Prassi" da applicare. Ciò a tutela dell'Organizzazione, del donatore e del personale coinvolto nell'attività e in conformità alle norme vigenti in materia. Nel 2017, insieme alle altre organizzazioni coinvolte (tra le quali, Amnesty International, ActionAid, Save The Children, Medici Senza Frontiere, UNHCR, WWF), Greenpeace Italia ha definito e firmato una nuova versione del documento, la cui piena applicazione è prevista entro il primo semestre del 2018.

CRITERI DI ACCETTAZIONE DELLE DONAZIONI DI GREENPEACE

-  SÌ
-  NO
-  CON SCREENING

	IN DENARO	IN NATURA
Individui		
Major Donor (grandi donatori individuali)		
Fondazioni (trust individuali)		
Imprese e aziende profit		
Fondazioni di origine bancaria e di impresa		
Comunità Europea		
Nazioni Unite		
Fondazioni ONU		
Governi, Istituzioni		
Partiti politici		

Donatori attivi e nuovi donatori

Il numero dei donatori attivi nel corso del 2017 è pari a 80.814 (+ 1.747 rispetto al 2016): sebbene la crescita sia stata minima (+ 2,21 in termini percentuali) si tratta, ancora una volta, del numero più alto nella storia di Greenpeace in Italia. **I donatori regolari sono l'85 per cento del totale degli attivi nei 12 mesi**, e rappresentano un elemento di stabilità per Greenpeace.

DONATORI ATTIVI NEL 2017

ANNO	ATTIVI NEI 12 MESI			ATTIVI NEI 18 MESI
	PERIODICI	NON PERIODICI	TOTALE	TOTALE
2015	65.722	11.618	77.340	85.748
2016	67.280	11.787	79.067	89.264
2017	68.458	12.356	80.814	90.333
VARIAZIONE 2016-2017	+ 1.178 [+ 1,7%]	+ 569 [+ 4,8%]	+ 1.747 [+2,2%]	+ 1.069 [+ 1,2%]

Il numero di nuovi donatori acquisiti è inferiore rispetto agli anni precedenti; d'altra parte, **diminuisce di qualche centinaio anche il numero di donatori persi rispetto all'anno precedente.** **Sensibile la crescita dei donatori recuperati nel 2017,** dato che – in combinazione con i precedenti – contribuisce alla dinamica **complessivamente positiva** dell'anno appena chiuso.

DONATORI ATTIVI – DINAMICA

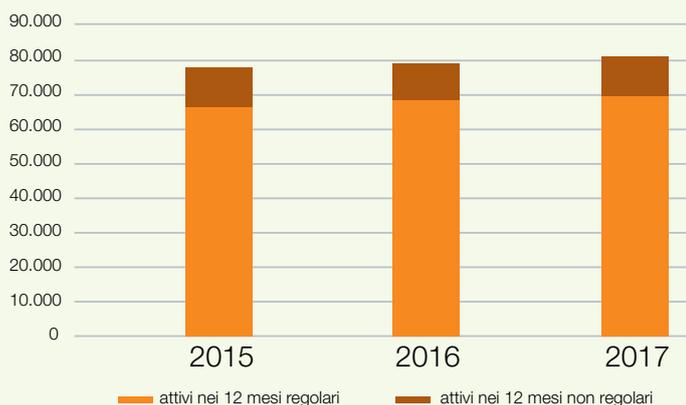
	2015	2016	2017
Inizio anno	72.314	77.340	79.067
Nuovi	18.053	16.601	15.330
Recuperati	3.043	2.433	3.421
Persi	16.070	17.307	17.004
Fine anno	77.340	79.067	80.814

Il **Dialogo Diretto** continua a essere il cardine della raccolta fondi, ma la crescente competizione nel mercato italiano ha consigliato all'ufficio di intervenire sull'articolazione del programma "in house", e di sperimentare nuovi supporti tecnologici come i tablet, introdotti a fine anno. Accanto al Dialogo Diretto, si conferma il contributo – anche in un'ottica di differenziazione dei canali di acquisizione – del **DRTV (Direct Response Television)** e dei **canali digitali**: sia con l'adesione spontanea attraverso il form di donazione online, che con la conversione tramite email o nella combinazione "Web + telefono". Nel 2017 non sono state effettuate **campagne di acquisizione con strumenti tradizionali** (liste fredde, inserti su carta stampata), se si eccettuano gli acquirenti del merchandising (in particolare del Calendario 2018 di Greenpeace), inseriti nel ciclo di comunicazione dei donatori, e come tale trattati.

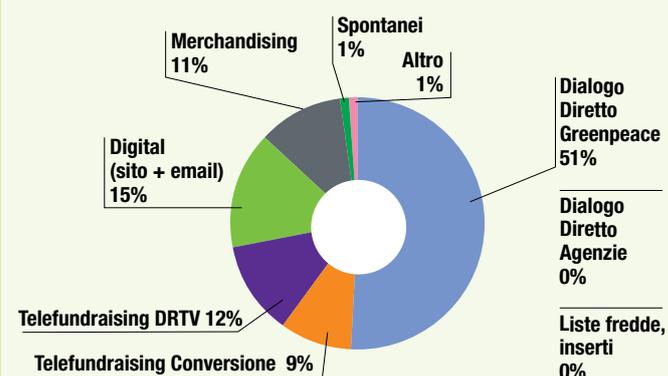
NUOVI DONATORI – MODALITÀ DI ACQUISIZIONE

	2015	2016	2017
Dialogo diretto - Greenpeace	11.605	9.247	7.820
Dialogo diretto - Agenzie	2	2	0
Liste fredde, inserti	9	4	0
Telefundraising - Conversione	945	1.060	1.373
Telefundraising - DRTV	869	2.329	1.795
Web form	2.106	2.260	2.276
Merchandising	1.223	1.293	1.712
Spontanei	214	248	177
Altro (bonifici, bollettini in bianco, etc.)	1.082	158	177
Totale	18.060	16.601	15.330

DONATORI 2015-2017



NUOVI DONATORI 2017





La Rainbow Warrior fa tappa a Genova durante il tour No Plastica e apre le sue porte ai visitatori.
©Lorenzo Moscia/Greenpeace

3.4. RETENTION E CURA DEL SOSTENITORE

L'area della raccolta fondi deputata a "Retention e Sviluppo donatori" è responsabile della relazione tra il donatore e Greenpeace, al fine di soddisfarne le esigenze e realizzare l'obiettivo dichiarato di "mettere i donatori al centro", fidelizzandoli. Le attività di *retention* si dividono in:

- **ciclo di benvenuto dei nuovi donatori**
- **ciclo di comunicazione e coltivazione** che prevede l'invio della rivista trimestrale "Greenpeace News", degli appelli speciali, la newsletter, le comunicazioni digitali, nonché tutti i servizi connessi alla cura e all'ascolto del sostenitore.

In termini numerici, **il tasso di Retention (cioè della capacità di mantenere fedeli i donatori) è stato dell'86,35% nel 2017 contro l'85,72% del 2016** (tenendo in considerazione i donatori già attivi alla fine dell'anno precedente).

Nel 2017 sono state realizzate:

- **campagne di upgrade** (la richiesta, tramite telefonata o altra forma di contatto, di aumentare la propria quota ai donatori);
- **campagne di riattivazione** di quanti hanno smesso di donare (come visto, il numero totale di donatori recuperati è superiore a quello degli anni precedenti).

A giugno, il tour della Rainbow Warrior per la campagna "No Plastica" è stata anche l'occasione per sperimentare alcuni concetti di *Engagement* relativi a Open Boat (la tradizionale visita alla nave ormeggiata in porto) di nuova concezione, più focalizzati sulla relazione con donatori attivi e potenziali.

Il ruolo del **Servizio Sostenitori è quello di punto di contatto e di riferimento per i donatori per qualsiasi loro richiesta**. L'obiettivo è quello di dare seguito alle richieste nel minor tempo possibile e comunque entro le quarantotto ore. In caso di lamentele per errori di addebito, o in generale concernenti le donazioni, l'orientamento di Greenpeace è quello di dare ascolto alle ragioni del sostenitore, riaccreditando la cifra oggetto di contestazione, se richiesto.

Major donors, lasciti e altre donazioni speciali

Altro compito dell'Unità "Retention e Sviluppo donatori" è quello di sollecitare le donazioni da major donors, o grandi donatori, e di sviluppare il programma per la promozione dei lasciti testamentari. I fondi provenienti da major donors continuano ad avere un peso contenuto all'interno del Bilancio 2017. Il sostenitore che più ha contribuito alle attività di Greenpeace Italia ha effettuato una donazione di poco più di 6 mila euro. Insieme, **i primi dieci donatori contano per 27.800 euro** (contro gli 81.725 del 2016), una cifra corrispondente a meno dell'1 per cento dei proventi derivanti dalla raccolta fondi del 2017. Nella tabella seguente sono indicate le cinque principali donazioni ottenute nel corso di ciascuno dei tre anni precedenti, con indicazione della categoria (tra quelle ammesse dalle *policy* di Greenpeace: individui, fondazioni e donazioni in natura da aziende con attività non in conflitto con le proprie campagne). I nomi dei donatori sono omessi in rispetto alla normativa sulla privacy.

PRINCIPALI DONAZIONI (E CATEGORIE) PER SINGOLO ANNO

	2015	2016	2017
	50.000 – IND	25.000 – IND	6.200 – IND
	10.000 – IND	12.000 – IND	3.000 – IND
	4.000 – IND	10.000 – IND	3.000 – IND
	3.000 – IND	5.000 – IND	2.582 – IND
	3.000 – IND	2.500 – IND	2.500 – IND

Legenda: **IND** (donatore individuale) – **NAT** (donazione in natura da azienda)
FOND (Fondazione)

Da alcuni anni la possibilità di fare un lascito testamentario a Greenpeace viene comunicata con regolarità: nel 2017, tuttavia, il tradizionale piano di promozione è stato posposto per dare tempo alla realizzazione di una nuova campagna, sulla quale investire nel 2018. Per questo motivo, il numero di persone che hanno informato di aver disposto un lascito a favore di Greenpeace è rimasto sostanzialmente uguale (da 58 a 59). Nel 2017, Greenpeace Italia ha incassato **cinque lasciti a proprio favore per un totale di 40.220 euro**. Altri sei lasciti sono stati comunicati, per un importo totale ancora da stimare, ma non sono stati materialmente incassati prima della conclusione dell'anno.

3.5. IL RISULTATO ECONOMICO

RISULTATO ECONOMICO – PRINCIPALI INDICATORI FR (DATI ARROTONDATI)

	PROVENTI (K€)	VARIAZIONE	ONERI (K€)	NETTO (K€)	INDICE EFFICIENZA ONERI/PROVENTI	ROI RITORNO INVESTIMENTO
2015	7.457	+ 5,59 %	2.822	4.635	37,84 %	2,64
2016	8.028	+ 7,66 %	3.116	4.912	38,81 %	2,57
2017	8.594	+ 7,05 %	3.364	5.230	39,14 %	2,55

RACCOLTA FONDI (MIGLIAIA DI EURO)



Analisi del risultato

Dai dati forniti in tabella (e dall'ulteriore dettaglio delle tabelle in allegato) risulta che:

- i **proventi** aumentano del 7,05 per cento rispetto all'anno precedente;
- gli **oneri** (ovvero gli investimenti in Raccolta Fondi) salgono del 7,96 per cento;
- il **risultato netto**, per effetto di quanto detto sopra, cresce del 6,47 per cento;
- l'**indice di efficienza** dell'attività di Raccolta Fondi – calcolato sia nel rapporto tra oneri e proventi sia nel ritorno dell'investimento (ROI) – si mantiene su livelli in linea con gli anni precedenti.

Il 5x1000

Il 5x1000 permette ai contribuenti italiani di indirizzare una parte delle proprie imposte a Onlus, istituti di ricerca, centri culturali, ecc. **I risultati dell'edizione 2015, comunicati nel 2017** (l'Agenzia delle Entrate impiega sempre un paio di anni a completare il computo) **sono inferiori a quelli del 2014** (quando si raggiunse il record in termine di importo destinato, mentre il maggior numero di scelte – più di 26 mila – appartiene al 2011, anno del Referendum sul nucleare).

5X1000 – SCELTE A FAVORE DI GREENPEACE

	NUMERO SCELTE	IMPORTO
2013	21.793	617.569
2014	25.254	890.980
2015	22.810	807.308

Una corretta valutazione dell'efficienza della raccolta fondi di Greenpeace deve tenere conto delle policy restrittive adottate a tutela della propria indipendenza,

di cui si è detto in precedenza: rifiutare i fondi provenienti da governi, istituzioni internazionali o aziende, infatti, obbliga a cercare finanziamenti sollecitando una miriade di singoli donatori, dai quali arrivano donazioni medie di entità limitata, dell'ordine di decine o centinaia di euro. Ciò non può che determinare una efficienza nella raccolta fondi più bassa rispetto alle organizzazioni che accedono a sponsorizzazioni o fondi istituzionali, a fronte però di una indipendenza piena.

4. L'IMPATTO AMBIENTALE

4.1. EMISSIONI DI CO2 E POLITICHE PER LA RIDUZIONE DEI CONSUMI

Greenpeace Italia è impegnata a mettere in atto comportamenti che riducano al minimo l'impatto ambientale determinato dalla propria attività. Per perseguire questo obiettivo l'Associazione ha approvato una *policy* per gli acquisti di beni e servizi che tiene conto della loro sostenibilità e annualmente effettua una stima dell'emissioni di CO2 derivanti dalle sue attività. Grazie al contributo della *co2balance Italia*®, l'Associazione è stata in grado negli ultimi anni di neutralizzare le emissioni con certificati verificati.

Anche nel 2017 è stata effettuata la stima delle emissioni di CO2 indotte dalle attività dell'Associazione, secondo **uno schema di calcolo adottato da Stichting Greenpeace Council, e valido per tutte le sedi di Greenpeace nel mondo.**

Tale schema è basato sul "Greenhouse Gas Protocol", lo strumento di misurazione maggiormente utilizzato a livello internazionale per quantificare le emissioni di gas serra. Il GHG Protocol è stato elaborato in partnership con il World Resources Institute e il World Business Council for Sustainable Development. Il calcolo delle emissioni viene condotto considerando tre aree di calcolo, identificate con il termine "scope".

GESTIONE UFFICI	
ENERGIA ELETTRICA UFFICI E MAGAZZINO	DA FONTI RINNOVABILI (Nel 2017 l'80% dell'energia elettrica utilizzata per la sede di Roma, il magazzino e l'ufficio di Milano proviene da fonti rinnovabili)
RISCALDAMENTO	SOLO SE TEMPERATURA INTERNA UFFICI < 18°
CONDIZIONAMENTO	SOLO SE TEMPERATURA INTERNA UFFICI > 30°
RIFIUTI SOLIDI URBANI	RACCOLTA DIFFERENZIATA
APPROVVIGIONAMENTO MATERIALI	
ATTREZZATURE ELETTRONICHE	MIGLIORI STANDARD DI EFFICIENZA ENERGETICA
CARTA PER UFFICI E USO PROMOZIONALE	SBIANCATA SENZA CLORO E CON ALMENO IL 60% DI FIBRE RICICLATE POST-CONSUMO E PARTE RESTANTE CON FIBRE CERTIFICATE FSC O NON LEGNOSE
INCHIOSTRI	SOLO A BASE DI OLI VEGETALI
CELLOFANATURA	PELLICOLA ECOLOGICA TRASPARENTE IN MATER-BI, UN DERIVATO DEL MAIS
PULIZIE	MATERIALI DI CONSUMO ESENTI DA CLORO E DALLE SOSTANZE RIPORTATE NEL REGOLAMENTO CE N. 1907/2006 (REACH - Register Evaluation and Authorization of Chemicals)
MATERIALE DI CONSUMO PER USO STAFF (ES. BICCHIERI, POSATE, PIATTI, ETC)	SOLO PRODOTTI IN MATER-BI, UN DERIVATO DEL MAIS
MERCHANDISE	SOLO PRODOTTI: - CON CERTIFICAZIONE AMBIENTALE FSC PER CARTA E LEGNO, BIOLOGICA PER COTONE E TESSUTI - PRIVI DI PRODOTTI CHIMICI SELEZIONATI - REALIZZATI DA AZIENDE CHE NON UTILIZZANO LAVORO MINORILE
MOBILI	CERTIFICATI FSC E RICICLABILI



EMISSIONI DI ANIDRIDE CARBONICA DERIVANTI DALL'ATTIVITÀ DI GREENPEACE ONLUS

(TONNELLATE CO2)	2017	2016	2015	VARIAZIONE 2016/17
SCOPE 1: emissioni dirette prodotte dai veicoli dell'organizzazione (navi, elicotteri, gommoni o altri veicoli) e dal consumo di gas naturale per il riscaldamento della sede	15,3 (6%)	15,5* (6%)	14,2 (6%)	-0,2
SCOPE 2: emissioni indirette prodotte dai consumi elettrici dell'ufficio	3,7** (2%)	4,0* (2%)	7,7 (3%)	-0,3
SCOPE 3: altre emissioni indirette (voli di lavoro del personale, consumo di carta, stampa documenti per l'esterno, etc.)	221,3** (92%)	227,9* (92%)	213,6 (91%)	-6,6
TOTALE	240,2 (100%)	247,4* (100%)	235,5 (100%)	-7,2 (-2,9%)

* Valore aggiornato con il dato consuntivo del 2016 ricevuto dal condominio, relativo al consumo di gas naturale e di energia elettrica dell'impianto centralizzato di riscaldamento/condizionamento dell'ufficio di Roma. La variazione totale a seguito di questo aggiornamento è di -3,8 tonnellate di CO2.

** Per il 2017, non avendo ancora ricevuto la stima dal condominio per l'energia elettrica dell'impianto centralizzato di riscaldamento/condizionamento dell'ufficio viene confermato il dato consuntivo del 2016.

Come si evince dai dati in tabella, **la quasi totalità delle emissioni è di tipo indiretto** (SCOPE 3). Il metodo concreto di rilevazione e calcolo delle emissioni è stato basato sull'analisi dei documenti contabili del 2017.

Come misura di mitigazione, abbiamo neutralizzato la CO2 prodotta in conseguenza delle nostre attività/servizi ricevendo nel 2017 una donazione equivalente di crediti verificati per 241 tonnellate, prodotti dal progetto "meno CO2" di co2balance Italia®. Il credito di CO2 è garantito dal geCO2® system, innovativo sistema industriale di abbattimento del metano emesso in discarica implementato in diverse regioni italiane (<http://www.co2balance.it/>). Per *policy* Greenpeace prevede di andare oltre la neutralizzazione delle emissioni di CO2 con certificati verificati, impegnandosi a ridurre le emissioni sia dirette che indirette.

A fine anno L'Associazione ha aderito come socio alla cooperativa di energia 100% rinnovabile "ènostra" un fornitore elettrico cooperativo, a finalità non lucrativa, che vende ai propri soci solo elettricità rinnovabile proveniente da impianti fotovoltaici, eolici e idroelettrici con garanzia d'origine. La cooperativa "ènostra" acquista energia solo da imprese e impianti sostenibili, prediligendo realtà di produzione legate alle comunità locali, favorendo la crescita della quota di energia da fonti rinnovabili nel mix energetico nazionale, e offrendo ai suoi soci servizi di monitoraggio dei consumi per la loro riduzione.

Per il 2017 è stata calcolata, con lo stesso schema utilizzato per le emissioni prodotte, la mancata emissione di CO2 per effetto dell'utilizzo di energia elettrica da fonti rinnovabili per gli uffici e il magazzino: il risultato è 14,8 tonnellate.

5. LA DIMENSIONE ECONOMICA

Gli schemi di bilancio utilizzati sono conformi a quanto previsto dalle “Linee guida e schemi per la redazione dei bilanci di esercizio degli enti no profit” approvate dall'ex Agenzia per le ONLUS.

La sezione “Oneri da attività tipiche” è divisa in due sottosezioni:

- Oneri per attività di campagna
- Oneri di supporto alle campagne

Questi ultimi comprendono le spese per la comunicazione, l'attivismo e il volontariato.

La sezione “Raccolta fondi” è strutturata secondo la logica operativa dell'Associazione, che in quest'area è organizzata in nuovi sostenitori e già sostenitori.

Il bilancio dell'Associazione è stato certificato dalla società di revisione Crowe Horwath AS S.p.A. Il costo della revisione contabile del Bilancio sociale e di Sostenibilità è stato di €21.504. Non sono stati affidati incarichi ulteriori di revisione/attestazione sul presente bilancio.

5.1. ANDAMENTO DELLA GESTIONE 2017

La gestione 2017 chiude in avanzo per €85.666 contro un avanzo di €70.279 del precedente esercizio.

I proventi ammontano complessivamente a €8.930.501 con un aumento del 7,0% rispetto al 2016. Tale aumento deriva in gran parte dall'attività di raccolta fondi, i cui proventi sono passati da €8.027.919 a €8.593.838 (con un incremento di €565.919 pari al 7,0%), che costituiscono il 96,2% del totale dei proventi dell'Organizzazione (si precisa che in tale sezione sono allocati anche i proventi del 5x1000), e in parte dalle attività tipiche, i cui proventi sono passati da €200.510 a €157.558 (con un decremento di €42.952 pari al 21,4%).

I proventi del 5x1000, non avendo il Ministero delle Finanze ancora pubblicato i dati ufficiali, sono stati prudenzialmente stimati in €745.074 contro €807.308 effettivamente attribuiti lo scorso esercizio. La differenza tra l'importo incassato per lo scorso esercizio (€807.308) e quanto stimato del 5x1000 nell'esercizio 2016 risulta pari a €107.881. La metodologia di calcolo usata è la media aritmetica semplice dei 5x1000 incassati negli ultimi cinque anni.

Il resto dei proventi è costituito essenzialmente da contributi e rimborsi di spese da parte di Greenpeace International, dalla vendita di merchandise (€172.148) e da proventi diversi di gestione.

L'Associazione, nei rapporti con la Pubblica Amministrazione, non ha ricevuto finanziamenti e/o donazioni, non ha stipulato contratti né avuto contenziosi, conformemente a quanto disposto dal suo Statuto.

Gli oneri ammontano complessivamente a €8.844.835 con un aumento del 6,9% rispetto al 2016.

Gli oneri sostenuti per le Campagne e Supporto alle Campagne passano da €3.746.407 a €3.989.366 con un incremento di €242.959 pari al 6,5%. Rispetto agli oneri totali, gli oneri da attività tipiche hanno rappresentato il 45,1%.

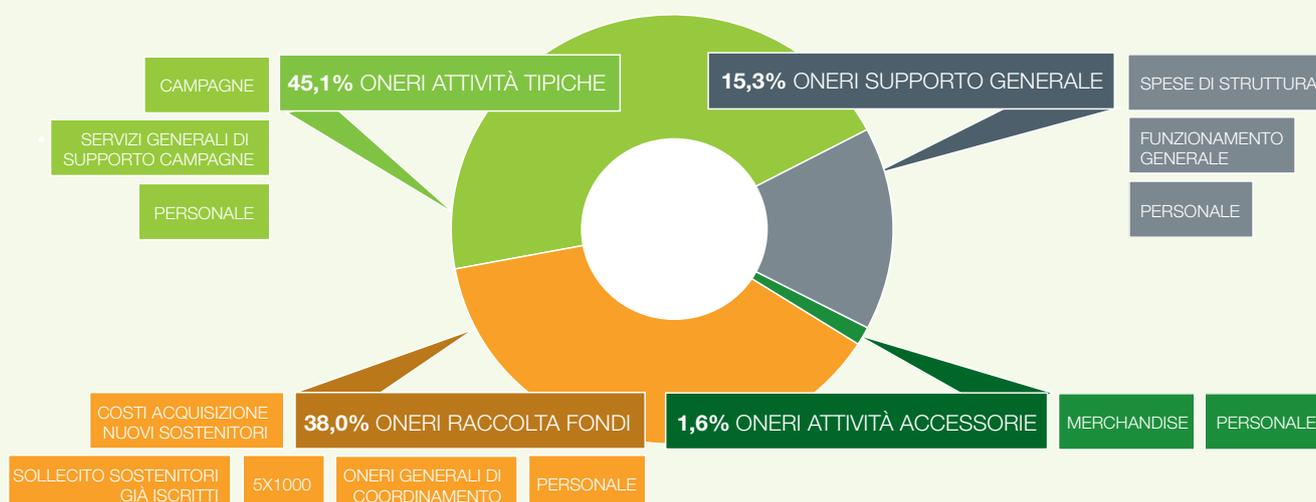
Gli oneri sostenuti per la raccolta fondi sono stati pari a €3.364.036 con un incremento dell'8,0% rispetto al 2016. L'indice di efficienza complessiva della raccolta fondi si attesta in questo esercizio al 39,1% contro il 38,8% dello scorso esercizio. Il rapporto tra gli oneri di raccolta fondi e il totale degli oneri è pari al 38,0% contro il 37,7% dello scorso esercizio. In particolare la spesa sui nuovi sostenitori, fondamentali per il futuro sviluppo dell'Associazione, è stata di €2.461.813 contro €2.298.079 del 2016.

La sezione del rendiconto della gestione relativa al supporto generale, e cioè i costi della Direzione, l'Amministrazione e la gestione dell'Ufficio, passa da €1.342.009 a €1.356.785. L'incidenza rispetto al totale degli oneri è pari al 15,3% contro il 16,2% dello scorso anno.

Nel 2017, la liquidità non è stata gestita attraverso operazioni pronte contro termine ma si è preferito mantenere la disponibilità dei fondi in considerazione del livello dei tassi.

Il Consiglio Direttivo in data 22.04.2017 ha approvato il **Piano Triennale 2017-2019** che prevede l'utilizzo delle riserve nel triennio di circa €1.000.000 per incrementare ulteriormente la capacità di impatto delle attività tipiche e rafforzare la crescita del numero dei sostenitori.

TABELLA DI SINTESI SULL'IMPIEGO DELLE RISORSE



RENDICONTO DELLA GESTIONE 2015-2017 A PROVENTI ED ONERI

Valori in euro (SEZIONI DIVISE E CONTRAPPOSTE)

ONERI	31.12.2017	31.12.2016	31.12.2015	PROVENTI	31.12.2017	31.12.2016	31.12.2015
1) Oneri da attività tipiche	3.989.366	3.746.407	3.421.377	1) Proventi da attività tipiche	157.558	200.510	337.875
Campagne di cui:	2.738.135	2.488.055	2.493.161	1.1) Contributi su progetti	-	29.110	-
1.2) Servizi	2.203.081	2.005.965	2.037.995	1.3) Contributi da soci e associati	5.280	4.320	5.040
1.4) Personale	535.054	482.090	455.166	1.5) Altri Proventi	152.278	167.080	332.835
Supporto alle Campagne di cui:	1.251.231	1.258.352	928.216	a) Sopravvenienze attive	50.880	87.783	233.548
1.2) Servizi	618.868	671.731	415.165	b) Contributi da GPI	100.070	79.297	99.287
1.4) Personale	632.363	586.621	513.051	c) Altri proventi	1.328		
2) Oneri promozionali e di raccolta fondi	3.364.036	3.116.043	2.821.697	2) Proventi da raccolta fondi	8.593.838	8.027.919	7.456.739
2.1) Attività promozionale per acquisizione nuovi sostenitori	2.461.813	2.298.079	2.026.906	2.1) Contributi da nuovi sostenitori	971.862	952.697	948.646
a) Costi acquisizione nuovi sostenitori	2.461.813	2.298.079	2.096.906				
2.2) Attività per rinnovo e sollecito sostenitori già donatori	491.059	375.197	390.911	2.2) Contributi da sostenitori già donatori	6.362.858	6.040.204	5.681.848
2.3) Attività per raccolte specifiche	60.382	60.771	38.412	2.3) Contributi da Altri	1.253.488	1.029.699	786.407
a) 5 x 1000	60.382	60.771	38.412	a) 5 x 1000	852.955	960.678	630.009
				b) Liberalità ricevute tramite gruppi di volontari	1.671	2.471	3.503
				c) Lasciti	398.773	66.533	152.894
				d) Altro	89	17	-
2.4) Oneri generali di coordinamento su attività di raccolta	350.782	381.996	365.468	2.4) Contributi da GPI su raccolta fondi	5.030	5.294	32.837
				2.5) Sopravvenienze attive	600	-	696
				2.6) Altri proventi	-	25	6.306
3) Oneri da attività accessorie	134.510	73.254	76.576	3) Proventi da attività accessorie	172.148	110.328	113.376
3.1) Materie prime	32.344	16.897	30.531	3.5) Altri proventi	172.148	110.328	113.376
3.2) Servizi	66.170	48.559	39.040				
3.4) Personale	33.996	5.598	4.805				
3.6) Oneri diversi di gestione	2.000	2.200	2.200				
4) Oneri finanziari e patrimoniali	138	217	884	4) Proventi finanziari e patrimoniali	109	651	3.279
4.1) Interessi passivi bancari	138	217	884	4.1) Interessi attivi da depositi bancari	109	651	3.279
6) Oneri di supporto generale	1.356.785	1.342.009	1.275.634	6) Proventi di supporto generale	6.848	8.801	46.527
6.2) Servizi	344.093	325.979	307.169				
6.3) Godimento beni di terzi	229.069	226.788	216.210				
6.4) Personale	569.851	555.805	532.310				
6.5) Ammortamenti	65.966	106.095	106.640	6.6) Proventi diversi di gestione	6.275	6.940	43.613
6.6) Oneri diversi di gestione	147.806	127.342	113.305	6.7) Contributi da GPI	573	1.861	2.914
TOTALE ONERI	8.844.835	8.277.930	7.596.168	TOTALE PROVENTI	8.930.501	8.348.209	7.957.796
Avanzo/Disavanzo di Gestione	85.666	70.279	361.628				

STATO PATRIMONIALE E RENDICONTO DELLA GESTIONE

STATO PATRIMONIALE AL 31.12.2017

Valori in euro

ATTIVO	31.12.2017	31.12.2016
A) Crediti verso associati per versamento quote	3.476	3.160
B) Immobilizzazioni	156.636	171.915
<i>I. Immobilizzazioni immateriali</i>	-	11.403
2) Diritti di brevetto industriale e diritti di utilizzazione delle opere dell'ingegno	-	3.721
3) Spese manutenzioni da ammortizzare	-	7.682
<i>II. Immobilizzazioni materiali</i>	155.544	159.420
2) Impianti e attrezzature	11.952	18.573
3) Altri beni	143.592	140.847
<i>III. Immobilizzazioni finanziarie</i>	1.092	1.092
3) Altri titoli	1.092	1.092
C) Attivo circolante	4.063.174	3.424.049
<i>I. Rimanenze</i>	566.772	230.558
4) Prodotti finiti e merci (merchandise)	39.371	23.078
6) Altri beni destinati alla vendita	527.401	207.480
<i>II. Crediti</i>	983.809	768.973
2) Verso altri	983.809	768.973
2.1) Crediti verso Organizzazioni Greenpeace	108.325	11.254
2.2) Crediti verso Altri	875.484	757.719
<i>IV. Disponibilità liquide</i>	2.512.593	2.424.518
1) Depositi bancari e postali	2.511.327	2.423.882
3) Denaro e valori in cassa	1.266	636
D) Ratei e risconti attivi	32.657	16.952
Totale attività	4.255.943	3.616.076

PASSIVO	31.12.2017	31.12.2016
A) Patrimonio Netto	1.630.778	1.545.112
I - Fondo di dotazione dell'ente	51.646	51.646
III - Patrimonio libero		
1) Risultato gestionale esercizio in corso	85.666	70.279
2) Risultato gestionale da esercizi precedenti	1.493.466	1.423.187
B) Fondi per rischi e oneri	342.501	254.501
2) Altri	342.501	254.501
C) Trattamento di fine rapporto	732.151	601.973
D) Debiti	1.550.513	1.185.490
3) Debiti verso banche	1.928	30
4) Debiti verso fornitori	886.061	611.371
5) Debiti tributari	141.413	109.720
6) Debiti verso istituti di previdenza e di sicurezza sociale	177.829	150.246
7) Altri debiti	336.283	284.389
8) Debiti verso organizzazioni Greenpeace	6.999	29.734
E) Ratei e risconti passivi	-	29.000
Totale passività	4.255.943	3.616.076

CONTI D'ORDINE	31.12.2017	31.12.2016
Conti d'ordine	26.250	26.250
Totale conti d'ordine	26.250	26.250

RENDICONTO DELLA GESTIONE 2017 A PROVENTI ED ONERI

Valori in euro (SEZIONI DIVISE E CONTRAPPOSTE)

ONERI	31.12.2017	31.12.2016	PROVENTI	31.12.2017	31.12.2016
1) Oneri da attività tipiche	3.989.366	3.746.407	1) Proventi da attività tipiche	157.558	200.510
Campagne di cui:	2.738.135	2.488.055	1.1) Contributi su progetti	-	29.110
1.2) Servizi	2.203.081	2.005.965	1.3) Contributi da soci e associati	5.280	4.320
1.4) Personale	535.054	482.090	1.5) Altri proventi	152.278	167.080
Supporto alle Campagne di cui:	1.251.231	1.258.352	a) Sopravvenienze Attive	50.880	87.783
1.2) Servizi	618.868	671.731	b) Contributi da GPI	100.070	79.297
1.4) Personale	632.363	586.621	c) Altri Proventi	1.328	-
2) Oneri promozionali e di raccolta fondi	3.364.036	3.116.043	2) Proventi da raccolta fondi	8.593.838	8.027.919
2.1) Attività promozionale per acquisizione nuovi sostenitori	2.461.813	2.298.079	2.1) Contributi da nuovi sostenitori	971.862	952.697
a) Costi acquisizione nuovi sostenitori	2.461.813	2.298.079			
2.2) Attività per rinnovo e sollecito sostenitori già donatori	491.059	375.197	2.2) Contributi da sostenitori già donatori	6.362.858	6.040.204
2.3) Attività per raccolte specifiche	60.382	60.771	2.3) Contributi da Altri	1.253.488	1.029.699
a) 5 x 1000	60.382	60.771	a) 5 x 1000	852.955	960.678
			b) Liberalità ricevute tramite gruppi di volontari	1.671	2.471
			c) Lasciti	398.773	66.533
			d) Altri proventi	89	17
2.4) Oneri generali di coordinamento su attività di raccolta	350.782	381.996	2.4) Contributi da GPI su raccolta fondi	5.030	5.294
			2.5) Sopravvenienze attive	600	-
			2.6) Altri proventi	-	25
3) Oneri da attività accessorie	134.510	73.254	3) Proventi da attività accessorie	172.148	110.328
3.1) Materie prime	32.344	16.897	3.5) Altri proventi	172.148	110.328
3.2) Servizi	66.170	48.559			
3.4) Personale	33.996	5.598			
3.6) Oneri diversi di gestione	2.000	2.200			
4) Oneri finanziari e patrimoniali	138	217	4) Proventi finanziari e patrimoniali	109	651
4.1) Interessi passivi bancari	138	217	4.1) Interessi attivi da depositi bancari	109	651
6) Oneri di supporto generale	1.356.785	1.342.009	6) Proventi di supporto generale	6.848	8.801
6.2) Servizi	344.093	325.979	6.6) Proventi diversi di gestione	6.275	6.940
6.3) Godimento beni di terzi	229.069	226.788	6.7) Contributi da GPI	573	1.861
6.4) Personale	569.851	555.805			
6.5) Ammortamenti	65.966	106.095			
6.6) Oneri diversi di gestione	147.806	127.342			
TOTALE ONERI	8.844.835	8.275.628	TOTALE PROVENTI	8.930.501	8.345.907
Avanzo/Disavanzo di Gestione	85.666	70.279			



Greenpeace Onlus
Il Chief Finance Officer
Dott. Romolo Cicchetti



Greenpeace Onlus
Il Presidente del Consiglio Direttivo
Andrea Purgatori

NOTA INTEGRATIVA

CONTENUTO

- **CONTENUTO E FORMA DEL BILANCIO SOCIALE E DI SOSTENIBILITÀ AL 31 DICEMBRE 2017**
- **CRITERI DI VALUTAZIONE, PRINCIPI CONTABILI E PRINCIPI DI REDAZIONE DEL BILANCIO**
- **ANALISI DELLE VOCI DI STATO PATRIMONIALE**
- **ANALISI DELLE VOCI DEL RENDICONTO DELLA GESTIONE**
- **RENDICONTO FINANZIARIO**

Premessa

L'Associazione Greenpeace ONLUS è stata costituita il 30 luglio del 1986 ed ha come scopo quello di:

- ❖ Promuovere con finalità di solidarietà sociale la protezione della natura e della biodiversità e la conservazione dell'ambiente in modo socialmente giusto, equo ed ecologicamente durevole a vantaggio e beneficio delle generazioni presenti e future.
- ❖ Promuovere il conseguimento del disarmo nucleare e della pace.

Nel quadro delle finalità di cui sopra l'Associazione perseguirà, per quanto possibile, gli scopi dello Stichting Greenpeace Council. Secondo la filosofia di Greenpeace Onlus, l'Associazione affronterà il perseguimento dei propri scopi in una prospettiva mondiale e non strettamente nazionale e regionale.

In particolare, l'Associazione può:

- ❖ Organizzare e svolgere azioni dimostrative dirette e non violente in relazione a problemi attinenti agli scopi associativi.
- ❖ Identificare, ricercare e verificare problemi attinenti agli scopi associativi sopra enunciati, sollecitare ed accrescere la pubblica attenzione ed informazione su tali problemi attraverso i mass media e altri programmi educativi, sviluppare e dare esecuzione a programmi di attività allo scopo di raggiungere tali obiettivi.
- ❖ Impegnarsi direttamente, promuovere, sviluppare, organizzare ricerche, conferenze, seminari ed altre attività culturali educative e di istruzione professionale, erogare contributi o premi in denaro sempre nel perseguimento degli scopi associativi.
- ❖ Cooperare con le altre organizzazioni di Greenpeace, incluso l'organo di governo internazionale di Greenpeace, con le altre associazioni aventi scopi simili o compatibili, fornire apporto e sostegno ad altre associazioni sempre che ciò sia coerente e compatibile con gli scopi associativi.
- ❖ Promuovere la formazione ed esecuzione di provvedimenti legislativi, proporre e sostenere azioni giudiziali, sempre che tali attività siano coerenti con gli scopi associativi ed il proprio status di organizzazione non lucrativa di utilità sociale.
- ❖ Svolgere tutte quelle attività e tutte quelle operazioni che siano necessarie od incidentali per il conseguimento delle finalità dell'Associazione, compresa l'edizione e la diffusione di pubblicazioni, la raccolta e l'accettazione di contributi e donazioni.

Nello svolgimento della propria attività l'Associazione trarrà ispirazione dall'orientamento internazionale e dai comuni scopi dello Stichting Greenpeace Council il cui ultimo bilancio disponibile può essere ottenuto all'indirizzo internet <https://www.greenpeace.org/archive-international/Global/international/publications/greenpeace/2017/2016-Annual-Report.pdf>.

L'Associazione non può svolgere attività diverse da quelle istituzionali sopra elencate. Essa potrà tuttavia svolgere attività direttamente connesse, ovvero accessorie in quanto integrative delle stesse, nei limiti consentiti dal D.Lgs. 460/97 e sue eventuali modifiche e integrazioni.

L'Associazione Greenpeace ha ottenuto in data 26 Gennaio 2000 il riconoscimento giuridico da parte del Ministero dell'Ambiente pubblicato in G.U. del 21/2/2000. Inoltre, a far data dal 28 Gennaio 1998, l'Associazione è iscritta all'Anagrafe unica delle ONLUS istituita presso l'Agenzia delle Entrate.

Il presente bilancio d'esercizio è stato redatto in conformità alle disposizioni riguardanti le organizzazioni non lucrative di utilità sociale di cui al D.Lgs. n. 460/97 e sostanzialmente coerente con quanto previsto nelle "Linee guida e schemi per la redazione dei

bilanci di esercizio degli enti non profit" approvate dall'Ex Agenzia per il Terzo Settore in modo da esprimere ed aderire fedelmente alle specificità operative dell'Associazione. Si è tenuto conto anche di quanto previsto dalle raccomandazioni del Consiglio Nazionale dei Dottori Commercialisti, in particolare dalla Commissione delle Aziende no profit, in tema di redazione e presentazione del bilancio delle aziende non profit. Tali criteri sono conformi a quelli del precedente esercizio e non si discostano significativamente dagli art. 2424 e seguenti del Codice Civile relativi al bilancio delle società.

La valutazione delle voci di bilancio è stata fatta ispirandosi a principi generali di prudenza e competenza, nella prospettiva della continuazione dell'attività.

Le voci di Bilancio sono comparabili con quelle dell'esercizio precedente, se del caso opportunamente classificate per renderle omogenee.

Il bilancio d'esercizio è costituito dai seguenti documenti:

- Stato Patrimoniale.
- Rendiconto della Gestione (a sezioni divise e contrapposte per Oneri e Proventi).
- Nota Integrativa.

E' corredato dalla Relazione di missione. Al bilancio è allegato inoltre il Rendiconto Finanziario.

Lo Stato patrimoniale ed il Rendiconto della Gestione sono stati redatti secondo gli schemi previsti dalla raccomandazione N.1 dell'OIC.

Lo Stato Patrimoniale rappresenta le singole voci secondo il criterio espositivo della liquidità crescente.

Il Rendiconto della Gestione rappresenta gli Oneri e i Proventi, redatto a sezioni contrapposte, ed informa sul modo in cui le risorse di Greenpeace Onlus sono state acquisite e impiegate nel periodo di riferimento, nelle diverse "aree gestionali".

Le Aree Gestionali di Greenpeace Onlus sono così definite:

- **Area delle Attività Tipiche:** tale area di attività accoglie gli oneri ed i corrispondenti proventi, sostenuti per il raggiungimento degli scopi previsti dallo Statuto. In particolare vengono rappresentati gli oneri della gestione delle campagne perseguite nell'esercizio e i proventi per quote associative e contributi su campagne ricevuti dal network Greenpeace e da privati cittadini a fronte di attività di *crowdfunding*.
- **Area delle Attività promozionali e di raccolta fondi:** è l'area che accoglie gli oneri, le donazioni, le liberalità connesse all'Organizzazione e alla promozione di politiche di comunicazione sociale e sensibilizzazione alle finalità proprie delle campagne perseguite dall'Associazione e dal network Greenpeace.
L'Associazione è una ONLUS e beneficia quindi di tutte le agevolazioni fiscali e tributarie previste agli effetti del DL n. 460/97. Le persone fisiche possono detrarre dall'imposta lorda il 26% dell'importo donato nel 2017 a favore delle ONLUS, fino ad un massimo di € 30.000,00 [art. 15, comma 1.1 del D.p.r. 917/1986]; oppure dedurre dal proprio reddito le donazioni effettuate nel 2017 a favore delle ONLUS per un importo non superiore al 10% del reddito complessivo dichiarato, comunque fino ad un massimo di € 70.000,00 annui [DL 35/05 conv. in Legge n. 80 del 14/05/2005].
- **Area delle Attività accessorie:** è l'area che accoglie gli oneri e i proventi relativi alla attività commerciale accessoria connessa ai fini istituzionali consistente nell'offerta ai propri sostenitori di articoli diversi comunque divulgativi dei messaggi sociali della Associazione.
- **Area delle Attività di gestione finanziaria e patrimoniale:** è l'area che accoglie gli oneri e i proventi connessi alla sfera finanziaria e patrimoniale dell'Associazione, strumentali dell'attività tipica dell'Ente.
- **Area delle Attività di natura straordinaria:** si riferisce agli oneri e proventi relativi ad eventi a carattere straordinario comunque strumentali all'attività.
- **Area delle Attività di supporto generale:** è l'area relativa agli oneri e proventi cosiddetti di "struttura" riferiti alla gestione organizzativa ed amministrativa.

Ad esclusione dei contributi provenienti da Greenpeace International, il 100% dei fondi donati proviene da privati cittadini, libero da qualsivoglia forma di vincolo, a garanzia della totale indipendenza ideologica ed operativa di Greenpeace Onlus.

Il bilancio sociale e di sostenibilità è espresso in unità di euro. I valori sono arrotondati per eccesso o per difetto all'euro a seconda che il valore sia più o meno superiore ai 50 centesimi di euro. Il bilancio sociale e di sostenibilità è stato sottoposto a revisione contabile volontaria, su delibera dell'Assemblea, da parte della società Crowe Horwath AS S.p.a.

CRITERI DI VALUTAZIONE, PRINCIPI CONTABILI E PRINCIPI DI REDAZIONE DEL BILANCIO SOCIALE E DI SOSTENIBILITÀ

Il bilancio sociale e di sostenibilità è stato predisposto nel rispetto dei principi contabili enunciati dal Consiglio Nazionale dei Dottori Commercialisti, applicando i medesimi criteri di valutazione, gli stessi principi contabili e di redazione del bilancio adottati nell'esercizio precedente. Tutte le operazioni effettuate sono correttamente riportate nel presente bilancio e nelle scritture contabili.

In particolare i criteri di valutazione utilizzati sono i seguenti:

Immobilizzazioni immateriali

Le immobilizzazioni immateriali sono rappresentate da spese aventi utilità pluriennale iscritte al costo e con il consenso del Collegio Sindacale ove necessario. Tali spese sono ammortizzate direttamente in conto a quote costanti in base alla loro vita utile stimata e nel rispetto di quanto disposto dall'art. 2426 c.c. L'ammortamento delle immobilizzazioni immateriali è conteggiato tenuto conto della data di effettiva entrata in funzione del cespite. L'ammortamento delle concessioni e delle licenze d'uso decorre dalla data in cui è possibile lo sfruttamento del diritto.

Le aliquote utilizzate sono state le seguenti:

Licenze D'uso e Software	33,33%
Manutenzioni su beni di terzi	Aliquota calcolata in base alla durata residua del contratto di locazione

Immobilizzazioni materiali

Le immobilizzazioni materiali sono iscritte al costo di acquisto, inclusivo di eventuali oneri accessori e al netto dei relativi fondi di ammortamento. Gli ammortamenti imputati al Rendiconto della gestione sono stati calcolati in modo sistematico e costante sul costo, sulla base di aliquote ritenute rappresentative della vita utile economico-tecnica stimata dei cespiti. I costi di manutenzione non aventi natura incrementativa del cespite sono addebitati al conto economico dell'esercizio di sostenimento. Le plusvalenze e minusvalenze su cessioni, concorrono al risultato dell'esercizio in cui sono realizzate. Le immobilizzazioni materiali vengono svalutate qualora il loro valore risulti inferiore a quello recuperabile in base alla possibilità di utilizzazione o dalla vendita.

Le aliquote utilizzate sono state le seguenti:

Mobili e arredi	12%
Macchine d'ufficio	25%
Macchine elettroniche	20%
Computer	20%
Attrezzature	15%
Automezzi	25%

Le quote d'ammortamento sono ridotte al 50% per i beni acquistati nel corso dell'esercizio.

I beni di valore inferiore a 516 euro sono completamente ammortizzati nell'esercizio in considerazione della loro limitata vita utile.

Crediti e debiti

I crediti sono iscritti al presumibile valore di realizzo. I debiti sono esposti al valore nominale. Con riferimento ai debiti in divise estere le variazioni determinate dai tassi di cambio di fine esercizio sono state considerate nella determinazione del valore di estinzione.

Ratei e risconti

Sono calcolati secondo il principio della competenza economica e temporale in applicazione del principio di correlazione dei costi e dei ricavi in ragione d'esercizio.

Patrimonio Netto

Il patrimonio netto risulta dalla differenza tra attività e passività e costituisce il surplus patrimoniale dell'Associazione alla data di riferimento; è costituito dal fondo di dotazione, dal risultato dell'esercizio in corso e dai risultati degli esercizi precedenti.

Fondo per rischi ed oneri

È stanziato a fronte di perdite o passività, di esistenza certa o probabile, delle quali tuttavia alla chiusura dell'esercizio non erano determinabili l'ammontare e/o la data. Gli stanziamenti riflettono la migliore stima possibile sulla base degli elementi a disposizione.

Trattamento di Fine Rapporto

Rappresenta l'effettivo debito maturato verso i dipendenti in conformità di legge e del contratto collettivo di lavoro vigente, considerando ogni forma di remunerazione avente carattere continuativo. Il fondo corrisponde al totale delle indennità maturate a favore dei dipendenti al 2017, ed è pari a quanto si sarebbe dovuto corrispondere ai dipendenti nell'ipotesi di cessazione del rapporto

di lavoro in tale data. La quota TFR maturata a far data dall'entrata in vigore della nuova normativa relativa alla previdenza integrativa, è stata destinata, nel rispetto delle scelte implicite ed esplicite operate da ciascun dipendente, ai vari fondi di previdenza integrativa o all'apposito fondo di tesoreria istituito presso l'INPS. La quota di competenza dell'esercizio è stata imputata al Rendiconto della gestione.

Conti d'ordine

I conti d'ordine comprendono gli impegni e le garanzie prestate direttamente o indirettamente.

Oneri

Gli oneri rappresentano i costi sostenuti dall'Associazione, nel periodo di riferimento, per lo svolgimento della propria attività. Tali oneri sono rilevati secondo il principio della prudenza e della competenza economica e temporale e sono stati rappresentati secondo la loro area di gestione.

Proventi

Sono costituiti dai proventi da attività istituzionale, da raccolta fondi, dai proventi da attività accessorie, dai proventi finanziari e patrimoniali, da proventi straordinari e da proventi diversi. Tali proventi sono rilevati secondo il principio della prudenza e della competenza economica e temporale.

Tra i proventi dell'esercizio 2017 sono stati inclusi i proventi del 5x1000 delle dichiarazioni fiscali 2017 (redditi 2016).

Tali proventi, non avendo l'Agenzia delle Entrate ancora pubblicato i dati ufficiali, sono stati stimati utilizzando la media aritmetica semplice dei 5x1000 incassati negli ultimi 5 anni.

Imposte

Le imposte correnti dell'esercizio sono stimate sulla base di una realistica previsione degli oneri di imposta da assolvere in applicazione della vigente normativa fiscale. Il debito relativo è esposto al netto di acconti, ritenute subite e crediti di imposta compensabili.

ANALISI DELLE VOCI DI STATO PATRIMONIALE

Di seguito viene fornita un'analisi delle principali voci di bilancio:

ATTIVITÀ

Crediti Verso i Soci per quote associative

Descrizione	Saldo al 31/12/2017	Saldo al 31/12/2016	Variazioni
Crediti Vs Soci	3.476	3.160	316
Totale	3.476	3.160	316

Immobilizzazioni

Immobilizzazioni immateriali

Le immobilizzazioni immateriali al 31/12/2017 ammontano ad euro zero in quanto completamente ammortizzate in questo esercizio.

Nella tabella seguente si riporta la movimentazione dell'esercizio:

Descrizione	Valore al 31/12/2016	Incrementi	Decrementi	Amm.to in conto	Valore al 31/12/2017
Diritti di brevetto industr. e dir.utilizzaz. opere dell'ingegno	3.721			3.721	-
Spese manutenzioni da ammortizzare	7.682			7.682	-
Totale imm. immateriali	11.403			11.403	-

La voce "Diritti di brevetto industriale e diritti di utilizzazione delle opere dell'ingegno" comprende le licenze d'uso costituite da costi per l'acquisto di software.

La voce "Spese manutenzioni da ammortizzare" è determinata essenzialmente da spese di adeguamento di impianti e struttura delle sedi di Via della Cordonata, 7, Via della Cordonata 3/A – 00187 – Roma ed inoltre dalle spese sostenute per l'ufficio in Via Giovanni Battista Piranesi, 10 – 20137 – Milano. L'ammortamento su questa voce è stato calcolato in rapporto alla durata dei contratti di locazione.

Immobilizzazioni materiali

Le immobilizzazioni materiali al 31/12/2017 ammontano ad euro 155.544 (euro 159.420 nel precedente esercizio) al netto delle quote di ammortamento.

Nella tabella seguente si riporta la movimentazione dell'esercizio:

Descrizione	Importo
Costo storico	568.616
Rivalutazione monetaria	
Rivalutazione economica	
Ammortamenti esercizi precedenti	409.196
Svalutazione esercizi precedenti	
Valore immobilizzazioni materiali al 31/12/2016	159.420

Acquisizioni dell'esercizio	50.687
Rivalutazione monetaria	
Rivalutazione economica dell'esercizio	
Svalutazione dell'esercizio	
Cessioni dell'esercizio	
Giroconti positivi (riclassificazione)	
Giroconti negativi (riclassificazione)	
Interessi capitalizzati nell'esercizio	
Ammortamenti dell'esercizio	54.563
Minusvalenze	

Valore immobilizzazioni materiali al 31/12/2017 **155.544**

Le tipologie sono le seguenti:

Tipologia cespiti	Costo Storico	Incrementi esercizio	Decrementi esercizio	Amm.to esercizio	Fondo amm.to 31/12/2017	Valore 31/12/2017
Mobili e macch.	121.642			13.425	82.315	39.327
Attrezzature	164.448	3.508		10.129	156.004	11.952
Computer	218.165	47.179		26.025	168.555	96.789
Automezzi	64.361			4.984	56.885	7.476
Totale imm.materiali	568.616	50.687		54.563	463.759	155.544

L'incremento dell'esercizio è essenzialmente collegato con l'acquisto di nuovi computer e telefoni per rinnovare la dotazione di pc obsoleti con laptop per consentire allo staff di lavorare in mobilità.

Immobilizzazioni finanziarie

Descrizione	Saldo al 31/12/2017	Saldo al 31/12/2016	Variazioni
Altri titoli	1.092	1.092	-
Totale imm. finanziarie	1.092	1.092	-

La voce rappresenta la quota associativa alla Cooperativa Carta acquisita negli esercizi precedenti e n. 10 azioni della Banca Popolare Etica.

Attivo circolante

Descrizione	Saldo al 31/12/2017	Saldo al 31/12/2016	Variazioni
Rimanenze (Merchandise)	39.371	23.078	16.293
Altri beni destinati alla vendita	527.401	207.480	319.921
Crediti	983.809	768.973	214.836
Disponibilità liquide	2.512.593	2.424.518	88.075
Totale attivo circolante	4.063.174	3.424.049	639.125

Rimanenze

Descrizione	Saldo al 31/12/2017	Saldo al 31/12/2016	Variazioni
Rimanenze (Merchandise)	39.371	23.078	16.293
Totale rimanenze di merci	39.371	23.078	16.293

Le rimanenze si riferiscono ai materiali inseriti nel catalogo dei prodotti Greenmarket, acquistando i quali si può offrire aiuto concreto alle campagne di Greenpeace Onlus. I beni si trovano in un magazzino presso terzi.

Altri beni destinati alla vendita

Descrizione	Saldo al 31/12/2017	Saldo al 31/12/2016	Variazioni
Altri beni destinati alla vendita	527.401	207.480	319.921
Totale altri beni	527.401	207.480	319.821

La voce "altri beni destinati alla vendita" si riferisce al valore di tre appartamenti e terreni provenienti da due successioni che il Consiglio Direttivo ha deliberato di destinare alla vendita. La variazione della voce si riferisce, principalmente, alla riduzione per €/migl 29 relativa alla vendita dell'appartamento ricevuto in legato nel corso dell'esercizio precedente e all'aumento per circa €/migl 353 relativo a beni ricevuti in eredità il cui iter amministrativo si è concluso nell'anno 2017. Le perizie relative a detti beni hanno prodotto valutazioni molto distanti tra loro, si è pertanto scelto prudenzialmente di utilizzare in bilancio il valore della perizia complessivamente più basso. I valori degli immobili risultano allineati ai valori di mercato.

Crediti

Descrizione	Saldo al 31/12/2017	Saldo al 31/12/2016	Variazioni
Crediti vs altri	983.809	768.973	214.836
Totale crediti	983.809	768.973	214.836

I crediti vs altri al 31/12/2017 sono così costituiti:

Descrizione	Saldo al 31/12/2017	Saldo al 31/12/2016	Variazioni
Crediti Vs organizzazioni GP	108.325	11.254	97.071
Crediti Vs personale	734	40.595	-39.861
Crediti diversi	745.074	699.427	45.647
Depositi Cauzionali	2.900	2.900	-
Fornitori c\anticipi	114.610	-	114.610
Altri crediti	12.166	14.797	-2.631
Totale crediti vs Altri	983.809	768.973	214.836

La voce "Crediti Vs organizzazioni GP" includono i crediti verso Stichting Greenpeace Council, emersi dalla compensazione dei relativi debiti e crediti a fine esercizio.

La voce "Crediti diversi" è determinata dall'importo che si stima di ricevere dalle donazioni assegnate a Greenpeace Onlus a mezzo del 5x1000. Alla chiusura dell'esercizio al 31 dicembre 2017, l'Agenzia delle Entrate non ha ancora reso disponibili i dati delle donazioni assegnate all'Associazione in relazione alle dichiarazioni fiscali 2017 (redditi 2016). Il credito iscritto in bilancio, pari ad € 745.074, è quindi determinato come media aritmetica dei 5x1000 incassati dall'Associazione nei cinque esercizi precedenti.

La voce Fornitori c\anticipi si riferisce a pagamenti a fornitori eseguiti nel 2017 le cui fatture sono state registrate nel 2018, la variazione della voce è causata principalmente dalla fase di attivazione del nuovo sistema gestionale.

La voce Altri Crediti include anticipi ai Gruppi Locali e anticipi al personale.

Non vi sono crediti di durata residua superiore a 5 anni.

Disponibilità liquide

Descrizione	Saldo al 31/12/2017	Saldo al 31/12/2016	Variazioni
Depositi bancari e postali	2.511.327	2.423.882	87.445
Denaro e altri valori in cassa	1.266	636	630
Totale disponibilità liquide	2.512.593	2.424.518	88.075

Con riferimento alla voce Depositi bancari e postali, la liquidità viene custodita principalmente in quattro istituti bancari. Si fa presente, inoltre, per completezza di informativa, che a seguito di lasciti testamentari ricevuti fino al 31 dicembre 2017, che per prudenza saranno inseriti in contabilità solamente a conclusione degli iter amministrativi, l'Associazione attende, per l'anno 2018, circa €/migl 236 di titoli da liquidare.

Ratei e Risconti attivi

Descrizione	Saldo al 31/12/2017	Saldo al 31/12/2016	Variazioni
Risconti attivi	32.657	16.952	15.705
Totale ratei e risconti	32.657	16.952	15.705

La voce accoglie quote di costi di competenza dell'esercizio successivo relative a forniture, assicurazioni e affitti anticipati.

PASSIVO E PATRIMONIO NETTO

Patrimonio netto

In ottemperanza alla raccomandazione n. 4 - Commissione Aziende Non Profit, di seguito si riporta il prospetto di rappresentazione della movimentazione delle componenti del Patrimonio Netto:

Descrizione	Risultato gestionale es. Precedenti	Risultato gestionale es. in corso	Totale PN libero
Consistenza al 31 dicembre 2016 del Patrimonio libero	1.474.833	70.279	1.545.112
Destinazione risultato es. precedenti	70.279	(70.279)	
Risultato gestionale 2017		85.666	85.666
Consistenza al 31 dicembre 2017 del Patrimonio libero	1.545.112	85.666	1.630.778

La continuità dell'operatività dell'Associazione è garantita dal piano triennale 2017-2019 approvato dal Consiglio Direttivo.

Fondi per rischi ed oneri

Descrizione	Saldo al 31/12/2017	Saldo al 31/12/2016	Variazioni
Fondo rischi	342.501	254.501	88.000
Totale fondo rischi e oneri	342.501	254.501	88.000

Il fondo rischi accoglie gli accantonamenti a fronte di sanzioni e contenziosi legali in corso e probabili.

Nel corso dell'esercizio in corso la voce subisce una variazione complessiva in aumento per €/migl 88, composta da rilasci per €/migl 48 e da accontamenti per €/migl 136. Tali importi si riferiscono alle quote che si ritiene di poter rilasciare o di dover accantonare a seguito della valutazione periodica delle sanzioni e contenziosi legali in corso e probabili.

Trattamento di Fine Rapporto

Descrizione	Saldo al 31/12/2016	Incremento	Decremento	Saldo al 31/12/2017	Variazioni
TFR	601.973	132.304	2.126	732.151	130.178

Rappresenta il debito maturato al 31 dicembre 2017 verso il personale dipendente ed è stato calcolato in base alla vigente normativa, ed esclude le quote maturate con decorrenza giugno 2007 a favore dei dipendenti che hanno esercitato l'opzione per la destinazione ad un fondo pensione. Il numero totale dei dipendenti alla fine dell'esercizio è di 53 unità.

Debiti

Descrizione	Saldo al 31/12/2017	Saldo al 31/12/2016	Variazioni
Totale debiti	1.550.513	1.185.490	365.023

I debiti sono valutati al loro valore nominale, la scadenza degli stessi è così suddivisa:

Descrizione	Entro 12 mesi	Oltre 12 mesi	Totale Debiti
Debiti vs banche	1.928	-	1.928
Debiti vs fornitori	886.061	-	886.061
Debiti tributari	141.413	-	141.413
Debiti verso istituti di previdenza	177.829	-	177.829
Altri debiti	336.283	-	336.283
Debiti verso organizz. Greenpeace	6.999	-	6.999
Totale debiti	1.550.513	-	1.550.513

Il dettaglio dei debiti è il seguente:

Descrizione	Saldo al 31/12/2017	Saldo al 31/12/2016	Variazioni
Debiti verso banche	1.928	30	1.898
Debiti verso fornitori	886.061	611.371	274.690
Debiti Tributari:			
debiti per Irap	2.011	6.248	-4.237
debiti per ritenute	139.402	103.472	35.930
Debiti verso Istituti di previdenza:			
Inps	98.326	83.632	14.694
Inail	2.195	778	1.417
Altro	77.308	65.836	11.472
Altri debiti:			
debiti verso il personale	226.703	198.616	28.087
altri debiti	109.580	85.773	23.807
Debiti verso organizzazioni Greenpeace	6.999	29.734	-22.735
Totale debiti	1.550.513	1.185.490	365.023

Le variazioni segnalano una ordinaria dinamica delle poste in questione ad eccezione dei debiti verso fornitori che sebbene in parte significativa compensati dagli anticipi erogati, risentono di un rallentamento del flusso dei pagamenti dovuto alla fase di attivazione del nuovo sistema gestionale.

Ratei e Risconti passivi

Descrizione	Saldo al 31/12/2017	Saldo al 31/12/2016	Variazioni
Risconti passivi	-	29.000	-29.000
Totale ratei e risconti	-	29.000	-29.000

La variazione della voce fa riferimento alla vendita dell'immobile iscritto tra le rimanenze nel corso dell'anno 2016. Detto immobile era destinato alla vendita per volontà del *de cuius*, come appare dal dettato testamentario, e si qualificava come una liberalità vincolata. La voce pertanto accoglieva nel 2016, la parte della liberalità che, alla fine dell'esercizio, non risultava ancora liberamente fruibile e che avrebbe concorso al processo di formazione del risultato gestionale nell'esercizio in cui il vincolo della vendita sarebbe risultato soddisfatto.

Conti d'ordine

Descrizione	Saldo al 31/12/2017	Saldo al 31/12/2016	Variazioni
Conti d'ordine	26.250	26.250	-
Conti d'ordine	26.250	26.250	-

Nei conti d'ordine la voce si riferisce esclusivamente alla fideiussione bancaria prestata dall'Associazione a garanzia degli obblighi contrattuali assunti a seguito della stipulazione del contratto di locazione dei nuovi uffici di Roma.

ANALISI DELLE VOCI DEL RENDICONTO DELLA GESTIONE

AREA DELLE ATTIVITÀ TIPICHE

Oneri da attività tipiche

Descrizione	Saldo al 31/12/2017	Saldo al 31/12/2016	Variazioni
Campagne	2.738.135	2.488.055	250.080
Servizi generali di supporto alle campagne	1.251.231	1.258.352	-7.121
Totale oneri da attività tipiche	3.989.366	3.746.407	242.959

Il dettaglio degli oneri da attività istituzionali è il seguente:

Descrizione	Saldo al 31/12/2017	Saldo al 31/12/2016	Variazioni
Mare	82.538	150.959	-68.421
Foreste	43.859	41.491	2.368
O.G.M.	90.089	76.046	14.043
Inquinamento	203.166	142.327	60.839
Energia e Clima	129.204	157.485	-28.281
Unità investigativa	78.601	-	78.601
Altre campagne	-	13.641	-13.641
Coordinamento campagne	213.518	242.565	-29.047
Supporto campagne internazionali	1.897.160	1.663.541	233.619
Sub totale campagne	2.738.135	2.488.055	250.080
Media	591.772	643.925	52.153
Greenpeace News	165.660	176.255	-10.595
Action team	326.146	321.263	4.883
Gruppi locali	167.653	116.909	50.744
Sub totale servizi di supporto	1.251.231	1.258.352	-7.121
Totale oneri da attività tipiche	3.989.366	3.746.407	242.959

Nel corso dell'esercizio 2017, le attività di Greenpeace hanno continuato ad affrontare l'emergenza climatica quale priorità ambientale numero uno. Non è un caso se Greenpeace ha colto l'occasione del G7 a Taormina per lanciare segnali chiarissimi ai leader del Pianeta sull'urgenza di passare a un'azione concreta per un deciso sviluppo di efficienza e fonti rinnovabili e un rapido abbandono delle fonti fossili. L'isolamento internazionale durante il G7 delle posizioni negazioniste del Governo USA è stato ben evidente così come (forse per la prima volta in occasione di un vertice di questo genere in Italia) la rilevanza nel dibattito pubblico della questione clima.

I combustibili fossili sono peraltro responsabili di inquinamenti gravi: ad esempio, dell'aria che respiriamo nelle nostre città.

Nel 2017, Greenpeace ha avviato una campagna che mira ad ottenere un bando dei motori diesel dalle nostre città. La richiesta di un bando dei diesel entro il 2021 è stata esplicitamente presentata ai Sindaci di Roma, Milano, Torino e Palermo, le quattro grandi città più colpite dall'inquinamento da biossido d'azoto, un gas i cui effetti nocivi sono ben noti.

Oltre a denunciare il saccheggio delle risorse del mare, è stata avviata una campagna di successo – sostenuta da un tour della nave ammiraglia Rainbow Warrior, sull'inquinamento da plastica. È stato poi svelato come grandi compagnie, come la svedese Essity che in Italia commercializza il marchio "Tempo", siano complici della distruzione delle ultime grandi foreste vergini europee per la produzione di fazzoletti e altri prodotti usa e getta.

D'altra parte la riduzione dei consumi (e delle modalità di consumo) è un punto cruciale di ogni seria politica di sostenibilità. A chi già si interroga, attivandosi, su questi temi, la "Make Something Week" ha voluto offrire una sponda e una ribalta.

È proseguito l'impegno dell'Associazione per un'agricoltura sostenibile e libera da OGM (comprese le cosiddette "nuove tecnologie"), da pesticidi come i neonicotinoidi e il glifosato e dal gioco di trattati commerciali pericolosi come il TTIP e il CETA.

Infine, Greenpeace si è impegnata a sostegno dei tanti comitati e delle associazioni che in Veneto denunciano anni di incuria e complicità per coprire il più grande inquinamento idrico del continente. L'inquinamento da PFAS in Veneto non può essere un caso o una svista: decenni di scarichi nocivi segnalano l'esistenza di complicità inconfessabili cui i cittadini delle province di Verona, Vicenza e Padova si ribellano. Greenpeace, con le sue proteste e le indagini della nuova unità investigativa sui retroscena finanziari di questa losca vicenda, è stata al loro fianco.

La voce Supporto campagne internazionali accoglie oneri per €/migl 1.815 di trasferimenti a Stichting Greenpeace Council (SGC) a sostegno delle campagne organizzate a livello internazionale e €/migl 82 quale contributo a Greenpeace European Unit Powershift per il coordinamento delle attività europee.

La voce Coordinamento Campagne comprende accantonamenti legali strettamente connessi alle attività tipiche.

Proventi da attività tipiche

Descrizione	Saldo al 31/12/2017	Saldo al 31/12/2016	Variazioni
Contributi vincolati	-	29.110	-29.110
Contributi da soci e associati	5.280	4.320	960
Sopravvenienze attive	50.880	87.783	-36.903
Contributi su attività di campagna	100.070	79.297	20.773
Altri proventi	1.328		1.328
Totale proventi da attività tipiche	157.558	200.510	-42.952

La voce sopravvenienze è legata prevalentemente al rilascio di risorse dal Fondo Rischi Legali.

La voce Contributi su attività di campagna si riferisce prevalentemente a contributi erogati da Stichting Greenpeace Council.

AREA DELLE ATTIVITÀ PROMOZIONALI E DI RACCOLTA FONDI

Oneri promozionali e di raccolta fondi

Descrizione	Saldo al 31/12/2017	Saldo al 31/12/2016	Variazioni
Oneri per acquisizione nuovi sostenitori	2.461.813	2.298.079	163.734
Oneri per rinnovo sostenitori già donatori	491.059	375.197	115.862
Attività per raccolte specifiche	60.382	60.771	-389
Oneri generali di coordinamento	350.782	381.996	-31.214
Totale oneri promozionali e raccolta fondi	3.364.036	3.116.043	247.993

La voce oneri per ricerca nuovi sostenitori riepiloga le spese sostenute per la raccolta di fondi da nuovi sostenitori attraverso le attività di dialogo diretto, telemarketing, mailing, web e DRTV.

Proventi da raccolta fondi

Descrizione	Saldo al 31/12/2017	Saldo al 31/12/2016	Variazioni
Contributi da nuovi sostenitori	971.862	952.697	19.165
Contributi da sostenitori già donatori	6.362.858	6.040.204	322.654
5x1000	852.955	960.678	-107.723
Donazioni da gruppi volontari	1.671	2.471	-800
Lasciti	398.773	66.533	332.240
Contributi da GP International	5.030	5.294	-264
Sopravvenienze attive	600	-	600
Altri proventi	89	42	47
Totale proventi da raccolta fondi	8.593.838	8.027.919	565.919

Ad esclusione dei contributi provenienti da Greenpeace International, il 100% dei fondi donati proviene da privati cittadini, libero da qualsivoglia forma di vincolo, a garanzia della totale indipendenza ideologica ed operativa di Greenpeace.

I Contributi da nuovi sostenitori registrano una sostanziale parità rispetto al precedente esercizio.

La voce "Contributi da sostenitori già donatori" registra un incremento del 5,3%.

I proventi del 5x1000, non avendo il Ministero delle Finanze ancora pubblicato i dati ufficiali, sono stati prudenzialmente stimati in € 745.074. La metodologia di calcolo utilizzata è stata la media aritmetica dei 5x1000 incassati negli ultimi 5 anni. A detto importo si sono aggiunti € 107.881 pari alla differenza rispetto a quanto stimato del 5x1000 nell'esercizio 2016.

Tra i lasciti sono stati registrati vari beni immobili per €353.921 per ulteriori informazioni si rinvia a quanto riportato nella voce "ALTRI BENI DESTINATI ALLA VENDITA".

AREA DELLE ATTIVITÀ ACCESSORIE

In questa area sono rilevati costi e ricavi dell'attività di vendita di oggettistica varia a marchio Greenpeace.

Proventi ed Oneri da attività accessorie

Descrizione	Saldo al 31/12/2017	Saldo al 31/12/2016	Variazioni
Proventi	172.148	110.328	61.820
Totale ricavi	172.148	110.328	61.820
Costo del venduto	32.344	16.897	15.447
Servizi	66.170	48.559	17.611
Personale	33.996	5.598	28.398
Ammortamenti	-	-	-
Oneri diversi di gestione	2.000	2.200	-200
Totale costi	134.510	73.254	61.256
Avanzo/ (Disavanzo)	37.638	37.074	564

L'avanzo di quest'area è dovuto principalmente alla vendita del calendario. Inoltre l'assortimento degli articoli è stato ampliato con l'obiettivo di dare maggiore evidenza all'attività.

AREA DI GESTIONE FINANZIARIA E PATRIMONIALE

Oneri finanziari

Descrizione	Saldo al 31/12/2017	Saldo al 31/12/2016	Variazioni
Interessi passivi bancari	138	217	-79
Totale oneri finanziari	138	217	-79

Proventi finanziari

Descrizione	Saldo al 31/12/2017	Saldo al 31/12/2016	Variazioni
Interessi attivi bancari	109	651	-542
Totale proventi finanziari	109	651	-542

Si tratta di interessi attivi maturati nell'esercizio sulla liquidità esistente sui conti correnti bancari.

AREA DELLE ATTIVITÀ DI SUPPORTO GENERALE

In questa area sono rendicontate le spese di struttura quali le spese per la Direzione, gli uffici amministrativi ed il supporto logistico – informatico, nonché gli ammortamenti e le imposte.

Dettaglio Oneri di supporto generale per natura

Descrizione	Saldo al 31/12/2017	Saldo al 31/12/2016	Variazioni
Servizi	344.093	325.979	18.114
Beni di terzi	229.069	226.788	2.281
Personale	569.851	555.805	14.046
Ammortamenti	65.966	106.095	-40.129
Oneri diversi	147.806	127.342	20.464
Totale oneri di supporto generale	1.356.785	1.342.009	14.776

Dettaglio oneri di supporto generale per destinazione

Euro/Migl.

Descrizione	2017					2016					Variazioni
	Servizi e acq.	Pers.le	Amm.ti	Oneri div. Beni terzi	Totale	Servizi e acq.	Pers.le	Amm.ti	Oneri div. Beni terzi	Totale	
Direzione	14.0	185.3		1.1	200.4	30.0	193.7		1.7	225.4	-25.0
C.d.A.	5.7			0.2	5.9	4.7			0.2	4.9	1.0
Supporto IT	121.8	33.2		26.9	181.9	106.1	37.1		17.1	160.3	21.6
Risorse umane	53.6	105.9		0.4	159.9	50.0	98.7		0.7	149.4	10.5
Amministrazioni	76.3	212.8		87.5	376.6	67.7	206.5		86.5	360.7	15.9
Spese ufficio	72.6	32.6	66.0	260.8	432.0	67.5	19.8	106.1	247.9	441.3	-9.3
Totale	344.0	569.8	66.0	376.9	1356.7	326.0	555.8	106.1	354.1	1342.0	14.7

La variazione totale degli oneri di Supporto Generale mostra una sostanziale stabilità anche grazie ai minori ammortamenti.

Le imposte d'esercizio sono allocate nell'area amministrativa per € 83.600.

Proventi di supporto generale

Descrizione	Saldo al 31/12/2017	Saldo al 31/12/2016	Variazioni
Proventi diversi	6.275	6.940	-665
Contributi da GPI	573	1.861	-1.288
Totale proventi di supporto generale	6.848	8.801	-1.953

Ai sensi di legge si evidenziano i compensi complessivi spettanti ai membri del Consiglio Direttivo e del Collegio Sindacale

<u>Euro/Migl.</u>	Compensi	Rimborsi spese
Consiglio Direttivo		2.4
Collegio Sindacale	8.8	

Dati sull'occupazione

L'organico dell'Associazione, ripartito per categoria, ha subito, rispetto al precedente esercizio, le variazioni seguenti:

Descrizione	31/12/2017	31/12/2016	Variazione
Dirigenti	1	1	-
Quadri	3	3	-
Impiegati	49	49	-
Totale	53	53	-

Fatti intervenuti dopo la chiusura dell'esercizio

Nulla da segnalare. Il presente bilancio, composto da Stato patrimoniale, Rendiconto di gestione, Nota integrativa e Rendiconto Finanziario, rappresenta in modo veritiero e corretto la situazione patrimoniale e finanziaria nonché il risultato economico dell'esercizio e corrisponde alle risultanze delle scritture contabili.

Greenpeace Onlus
Il Chief Finance Officer
Dott. Romolo Cicchetti

Greenpeace Onlus
Il Presidente del Consiglio Direttivo
Andrea Purgatori



RENDICONTO FINANZIARIO

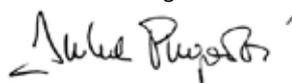
RENDICONTO FINANZIARIO AL 31.12.2017

Descrizione	31/12/2017
FLUSSO MONETARIO DELLE OPERAZIONI DI ESERCIZIO	
Avanzo di esercizio	85.666
Ammortamenti dell'esercizio	65.966
(Plusvalenze) minusvalenze iscritte a conto economico	
Accantonamenti al TFR	132.304
Accantonamenti ai fondi rischi e oneri	136.000
Credito stimato 5x1000	-745.074
Lasciti	-353.921
Utilizzo di fondi rischi e oneri	-48.000
Decremento per TFR liquidato	-2.126
Svalutazioni (ripristino) di immobilizzazioni	-5.000
Totale	-734.135
Variazioni delle rimanenze	22.707
Variazione dei crediti	644.532
Variazione delle att.finanziarie che non costituiscono immobilizzazioni	
Variazione dei ratei e risconti attivi	-15.705
Variazione dei ratei e risconti passivi	-29.000
Variazione dei debiti finanziari, commerciali e diversi entro 12 mesi	250.413
Totale	138.762
RENDICONTO FINANZIARIO	
Disponibilità monetarie (disavanzo) iniziali	2.424.518
FONTI	
Fonti interne:	
- Flusso monetario netto delle operazioni d'esercizio	138.762
- Valore di realizzo delle immobilizzazioni	
- Totale	138.762
Fonti esterne:	
- Incrementi di debiti e finanziamenti a medio - lungo termine	
- Contributi in conto capitale	
- Apporti liquidi di capitale proprio	
- Altre fonti	
- Totale	
TOTALE FONTI	138.762
IMPIEGHI	
Investimenti in immobilizzazioni:	
- Immateriali	
- Materiali	50.687
- Finanziarie	
- Totale	50.687
Altri impieghi:	
- Rimborsi di finanziamenti	
- Distribuzione di utili e riserve	
- Rimborso di capitale sociale	
- Altri impieghi	
- Totale	
TOTALE IMPIEGHI	50.687
Variazione netta delle disponibilità monetarie	88.075
Disponibilità monetarie (disavanzo) finali	2.512.593

Greenpeace Onlus
Il Chief Finance Officer
Dott. Romolo Cicchetti



Greenpeace Onlus
Il Presidente del Consiglio Direttivo
Andrea Purgatori



NOTA METODOLOGICA

Il Bilancio Sociale e di Sostenibilità 2017 è stato interessato dalla transizione verso le nuove linee guida di rendicontazione di sostenibilità, Global Reporting Initiative GRI-G4 con metodologia in "Accordance Core" implementate da "GRI NGO Sector Supplement". Tale transizione ha previsto lo sviluppo di un Bilancio la cui struttura si focalizzasse sugli aspetti materiali più importanti dell'Organizzazione. Il livello "Core" è stato possibile grazie al completamento dello *Stakeholder Engagement* per gli aspetti non sviluppati nelle edizioni precedenti.

Annualità	Linee Guida Applicate	Obiettivo raggiunto
2015	GRI G 3.1	Livello B+
2016 ⁷	GRI G 3.1	Livello B+
2017	GRI G 4	Livello Core

Il report si conferma per Greenpeace Italia uno strumento di gestione e rendicontazione delle proprie attività e dei risultati conseguiti in un'ottica di trasparenza con particolare riferimento alle relazioni con i propri portatori di interesse.

Il Bilancio sociale e di sostenibilità è completo del Bilancio di esercizio 2017. Ciò consente di garantire i sostenitori in termini di accountability sull'impiego dei contributi ricevuti dal 5x1000.

I dati e le informazioni presenti nel documento si riferiscono all'esercizio chiuso al 31 dicembre 2017, che viene redatto e pubblicato on line con cadenza annuale, al link <http://www.greenpeace.org/italy/it/chisiamo/ufficio-italiano/il-bilancio/>.

Il processo di rendicontazione che ha portato alla redazione del documento è caratterizzato da un apporto partecipativo e condiviso a cura di un gruppo di lavoro interno costituito da:

- GIUSEPPE ONUFRIO, Direttore esecutivo
- ROMOLO CICCHETTI, CFO
- ALESSANDRO GIANNÌ, Direttore delle Campagne
- ANDREA PINCHERA, Direttore Comunicazione e Raccolta Fondi
- LAURA CELANI, Assistente al Direttore Esecutivo e al Presidente
- GAIA CALABRESI, Responsabile delle Risorse Umane
- CECILIA PREITE MARTINEZ, Responsabile Comunicazione
- GUGLIELMO BOMBACE, Amministrazione

Si ringraziano inoltre per i contributi Paolo Gregori, Sira Bertarelli, Marcello Colacino.

La conformità alle linee guida utilizzate - *GRI G4 Accordance Core*- è stata verificata e certificata dalla società di revisione esterna **Crowe Horwath SpA** unitamente all'allegato Bilancio di esercizio 2017 per il quale è stata rilasciata apposita e separata relazione. Per maggiori informazioni contattare Laura Celani, Assistente al Direttore Esecutivo, all'indirizzo email laura.celani@greenpeace.org.

⁷ Data di approvazione da parte dell'Assemblea dei soci 22/04/2017

ANALISI DI MATERIALITÀ

L'analisi di materialità è stata sviluppata nell'ambito del bilancio sociale 2017, così come previsto e descritto nello standard GRI-G4, alla fine di un percorso che ha visto il processo di *Stakeholder Engagement* avviarsi sin dagli esercizi precedenti e completarsi nel 2017 grazie al quale sono state identificate le tematiche potenzialmente materiali sia dal punto di vista interno (rilevanza per Greenpeace) sia dal punto di vista esterno (rilevanza per gli *stakeholder*).

L'analisi di materialità è stata sviluppata in tre fasi:

- 1) definizione di una lista di tematiche materiali tenendo conto delle priorità strategiche più rilevanti che emergono dai documenti strategici quali il Framework pubblicato da Greenpeace International nel 2016, che delinea la vision dell'Associazione per i prossimi dieci anni, il Piano di sviluppo triennale di Greenpeace Italia presentato nel 2017, il Framework Agreement in vigore, e le *policy* internazionali attuate da Greenpeace Italia, il documento di analisi di ricerche e sondaggi sulla percezione pubblica dell'ambiente e dell'operato di Greenpeace nel contesto italiano, la documentazione associativa interna sulla *mission*, valori, procedure e processi organizzativi nonché sistemi di controllo in atto all'interno della struttura a diversi livelli, e strumenti di feedback attivati con i propri *stakeholder*;
- 2) prioritizzazione dei temi rilevanti attraverso interviste con i vari *stakeholder* nelle diverse fasi con riferimento a cinque ambiti:
 - organizzazione interna (soci, dipendenti e collaboratori, volontari e attivisti, donatori, cyberattivisti);
 - rete internazionale (Greenpeace International e gli altri national regional offices);
 - rete nazionale (organizzazioni non profit);
 - media (comunicazione standard e social media);
 - collettività (rapporti e ricerche sull'opinione pubblica);
 - istituzioni e governo (coloro che hanno la responsabilità delle decisioni in materia ambientale);
- 3) Elaborazione della matrice di materialità che prevede l'analisi e la condivisione dei risultati. Le tematiche prioritarie sono state posizionate sugli assi della matrice in funzione dei risultati delle analisi realizzate e secondo la duplice prospettiva per la rilevanza da parte del management di Greenpeace e la rilevanza per gli *stakeholder*.

La specificità delle tematiche inerenti l'attività di Greenpeace in materia ambientale comporta la necessità di un crescente aggiornamento ed ampliamento delle priorità di rilievo. Considerata la continua e mutevole evoluzione delle politiche ambientali, sia nazionali che internazionali, ed il conseguente impatto che queste hanno nei processi decisionali ai vari livelli, Greenpeace si impegna a monitorare e adeguare le priorità e le tematiche che sono parte integrante della propria *mission*. Il risultato dell'analisi è di seguito rappresentato nella seguente matrice di materialità.

MATRICE DI MATERIALITÀ



TEMATICHE RILEVANTI

EI - ETICA E INTEGRITÀ

- E11 Trasparenza nelle relazioni con i sostenitori
- E12 Rispetto di codici di condotta nella raccolta fondi
- E13 Etica nella governance
- E14 Rispetto del principio di indipendenza
- E15 Attuazione di policy ambientali

OI - OBIETTIVI ISTITUZIONALI

- OI1 Monitoraggio, valutazione e apprendimento dei progetti
- OI2 Energia e Clima
- OI3 Foreste
- OI4 Inquinamento
- OI5 Agricoltura Sostenibile
- OI6 Mare

RU - AZIONI A FAVORE DELLE RISORSE UMANE

- RU1 Attuazione di policy sociali
- RU2 Attenzione al welfare per i dipendenti
- RU3 Programmi di formazione per i dipendenti
- RU4 Valutazione delle performance delle risorse umane

RR - RETE DELLE RELAZIONI

- RR1 Capacità di lobbying su obiettivi target
- RR2 Politiche di coinvolgimento degli stakeholder
- RR3 Cura delle relazioni con l'ufficio internazionale
- RR4 Cura delle relazioni con il volontariato
- RR5 Azioni di mobilitazione di supporters esistenti
- RR6 Capacità di attrarre potenziali supporters

OR - OTTIMIZZAZIONE DELLE RISORSE ECONOMICHE

- OR1 Uso responsabile delle risorse finanziarie
- OR2 Trasparenza nella destinazione delle risorse
- OR3 Efficienza economica

GRI CONTENT INDEX

GRI CONTENT INDEX – Livello di *Accordance* “core” alle Linee Guida G4 (per ogni indicatore sviluppato, la copertura è piena)

IND.	DESCRIZIONE	RIF.
GENERAL STANDARD DISCLOSURE		
STRATEGIA E ANALISI		
G4-1	Dichiarazione della più alta autorità del processo decisionale	Lettera del Presidente
PROFILO ORGANIZZATIVO		
G4-3	Nome dell'Organizzazione	Box carta identità cap.1
G4-4	Principali marchi, prodotti e/o servizi	Par. 1.2 e cap.2
G4-5	Luogo della sede dell'Organizzazione	Box carta identità cap.1
G4-6	Numero e nome dei Paesi nei quali svolge la maggior parte della propria attività operativa o che sono particolarmente importanti ai fini delle tematiche di sostenibilità richiamate nel bilancio	Box carta identità cap.1
G4-7	Assetto proprietario e status legale dell'Organizzazione	Box quadro legale cap.1
G4-8	Mercati serviti e <i>stakeholder</i> interessati	1.3 e 1.4
G4-9	Dimensione dell'Organizzazione	1.6, Box carta identità e Rend. Gestione
G4-10	Numero totale di dipendenti, percentuale di nuovi assunti e tasso di turnover (suddivisi per genere, area geografica, tipologia di impiego, tipo di contratto), e numero di volontari (suddivisi per tipologia di relazione, area geografica, attività e fascia di età) e tasso di turnover	1.6
G4-11	Percentuale di impiegati coperta da contratti collettivi	1.6
G4-12	Descrizione del processo di selezione di una fornitura	1.5
G4-13	Cambiamenti significativi nelle dimensioni, nella struttura o nell'assetto proprietario avvenuti nel periodo di rendicontazione	Non si registrano variazioni
G4-14	Spiegazione dell'eventuale modalità di applicazione del principio o approccio prudenziale	Cap.4
G4-15	Sottoscrizione o adozione di codici di condotta, principi e carte sviluppati da enti/associazioni esterne relativi a performance economiche, sociali e ambientali	Par. 3.3 e cap. 2
G4-16	Partecipazione ad associazioni di categoria nazionali e/o internazionali in cui l'Organizzazione:[...]considera la partecipazione come strategica	Cap. 2
PERIMETRO E ASPETTI MATERIALI IDENTIFICATI		
G4-17	Struttura operativa dell'Organizzazione	Box quadro legale cap.1
G4-18	Processo per la definizione dei contenuti del bilancio	NOTA METODOLOGICA
G4-19	Elenco degli aspetti materiali identificati nel processo di definizione del contenuto del bilancio	ANALISI DI MATERIALITÀ
G4-20	Per ciascun aspetto materiale identificato evidenziare il perimetro interno all'Organizzazione	ANALISI DI MATERIALITÀ
G4-21	Per ciascun aspetto materiale identificato evidenziare il perimetro esterno all'Organizzazione	ANALISI DI MATERIALITÀ
G4-22	Spiegazione degli effetti di qualsiasi modifica di informazioni inserite nei bilanci precedenti	NOTA METODOLOGICA
G4-23	Cambiamenti significativi di obiettivo, perimetro o metodi di misurazione utilizzati nel bilancio	NOTA METODOLOGICA
STAKEHOLDER ENGAGEMENT		
NGO1	Processi per coinvolgere i gruppi di <i>stakeholder</i> interessati nell'ideazione, attuazione, monitoraggio e valutazione dei programmi e delle <i>policy</i>	Cap.2, Par. 1.4
NGO2	Meccanismi di feedback e reclami in relazione a programmi e politiche e per determinare le azioni da intraprendere in risposta a violazioni delle politiche	Cap.2, Par. 1.4-3.4
G4-24	Elenco di gruppi di <i>stakeholder</i> con cui l'Organizzazione intrattiene attività di coinvolgimento	Par. 1.4
G4-25	Principi per identificare e selezionare i principali <i>stakeholder</i> con i quali intraprendere l'attività di coinvolgimento	Par. 1.4
G4-26	Approccio all'attività di coinvolgimento degli <i>stakeholder</i> , specificando la frequenza per tipologia di attività sviluppata e per gruppo di <i>stakeholder</i>	Par. 1.4
G4-27	Argomenti chiave e criticità emerse dall'attività di coinvolgimento degli <i>stakeholder</i> e in che modo l'Organizzazione ha reagito a esse, anche in riferimento a quanto indicato nel bilancio	Par. 1.4
PROFILO DEL BILANCIO		
G4-28	Periodo di rendicontazione delle informazioni fornite (per esempio esercizio fiscale, anno solare)	NOTA METODOLOGICA
G4-29	Data di pubblicazione del bilancio di sostenibilità più recente	NOTA METODOLOGICA
G4-30	Periodicità di rendicontazione	NOTA METODOLOGICA
G4-31	Contatti e indirizzi utili per richiedere informazioni sul bilancio di sostenibilità e i suoi contenuti	NOTA METODOLOGICA
GRI CONTENT INDEX		
G4-32	Scelta dell'opzione “in accordance” e tabella esplicativa dei contenuti del bilancio che riporti il numero di pagina di ogni sezione	NOTA METODOLOGICA - GRI CONTENT INDEX
CERTIFICAZIONE ESTERNA		
G4-33	Politiche e pratiche attuali al fine di ottenere l'assurance esterna del bilancio.	NOTA METODOLOGICA

GOVERNANCE		
G4-34	Struttura di governo dell'Organizzazione, inclusi i comitati che rispondono direttamente al più alto organo di governo, responsabili di specifici compiti come la definizione della strategia, o il controllo organizzativo	Par. 1.5
G4-37 (NGO)	Meccanismi a disposizione dei soci e dei dipendenti per fornire raccomandazioni o direttive al più alto organo di governo	Par. 1.5, 1.6
G4-39 (NGO)	Indicare se il Presidente del più alto organo di governo ricopre anche un ruolo esecutivo (in tal caso, indicare le funzioni all'interno del management e le ragioni di questo assetto)	Par. 1.5
G4-40 (NGO)	Processi per la determinazione delle composizioni, delle qualifiche e delle competenze dei componenti del più alto organo di governo, incluse eventuali considerazioni di genere e altri indicatori di diversità	Par. 1.5
G4-45 (NGO)	Procedure adottate dal più alto organo di governo per controllare le performance economiche, ambientali e sociali dell'Organizzazione, includendo i rischi e le opportunità rilevanti e la conformità agli standard internazionali, ai codici di condotta e ai principi dichiarati	Par. 1.5
ETICA E INTEGRITÀ		
G4-56	<i>Mission</i> , valori, codici di condotta, principi rilevanti per le performance economiche, ambientali e sociali sviluppati internamente e stato di avanzamento della loro implementazione	Par. 1.3
G4-58	Meccanismi per riportare comportamenti illegali o lesivi delle <i>policy</i> dell'Organizzazione (es. Whistleblowing)	Par. 1.3
SPECIFIC STANDARD DISCLOSURE		
PERFORMANCE ECONOMICHE		
G4-DMA	Capitolo 5 "La dimensione economica", par. 3.3 "La raccolta fondi"	
G4-EC1	Valore economico direttamente generato e distribuito, inclusi ricavi, costi operativi, remunerazioni ai dipendenti, donazioni e altri investimenti nella comunità, utili non distribuiti, pagamenti ai finanziatori e alla Pubblica Amministrazione	Cap.5, Rend. di Gestione
G4-EC4	Finanziamenti significativi ricevuti dalla Pubblica Amministrazione	Greenpeace non accetta fondi dalla P.A.
NGO7	Allocazione delle risorse	Impact Report, Cap.5, Rend. di Gestione
NGO8	Fonti di sostegno divise per categoria, elenco e importo delle cinque più alte donazioni nel periodo di rendicontazione	Par. 3.3, 3.4
PERFORMANCE AMBIENTALI		
G4-EN27	Misurazione della mitigazione dell'impatto ambientale dei prodotti e servizi	Cap.4
PERFORMANCE SOCIALI - LAVORO		
G4-DMA	Par. 1.6 "Le risorse all'interno dell'Organizzazione: lo staff"	
G4-LA1	Turnover del personale: numero totale e tasso di nuovi assunti e di turnover dei dipendenti, suddiviso per età, genere e area geografica	Par. 1.6
G4-LA2	Benefit previsti per i dipendenti a tempo pieno, ma non per i part-time e a termine	Par. 1.6
G4-LA6	Tipologia e tasso di infortuni sul lavoro, di malattie professionali, di giornate di lavoro perse, di assenteismo e numero totale di decessi sul lavoro, per area geografica e genere.	Par. 1.6
G4-LA7	Lavoratori con alta incidenza o alto rischio di gravi malattie legate alla loro occupazione	non applicabile
G4-LA9	Ore medie di formazione annua per dipendente, suddivise per categoria di lavoratori e genere	Par. 1.6
G4-LA10	Programmi per lo skill management	Par. 1.6
NGO4	Misure per integrare il genere e la diversità nell'ideazione, attuazione, monitoraggio e valutazione dei programmi e delle <i>policy</i>	Par. 1.6
NGO9	Meccanismi a disposizione dello staff per inviare feedback o lamentele, e loro risoluzione	Par. 1.6
PERFORMANCE SOCIALI - SOCIETÀ		
G4-SO3	Numero e percentuale di misure adottate per i rischi legati alla corruzione	Par. 1.3
G4-SO5	Episodi di corruzione e azioni intraprese	Nessun episodio nel triennio
RESPONSABILITÀ DI PRODOTTO		
NGO10	Aderenza a standard per pratiche di raccolta fondi e comunicazione di marketing	Par. 3.3
NGO3	Sistemi di monitoraggio, valutazione e apprendimento dei programmi	Cap.2
NGO5	Processi per formulare, comunicare, sviluppare e cambiare i piani di advocacy e di sensibilizzazione del pubblico	Cap.2, Par. 3.1
NGO6	Processi per includere e coordinarsi con le attività di altri	Par. 1.3, Cap.2

RELAZIONI DELLA SOCIETÀ DI REVISIONE

BILANCIO DI ESERCIZIO



Crowe Horwath AS S.p.A.
Revisione e organizzazione contabile
Member Firm of Crowe Horwath International

ROMA
Via Flaminia, 21 – 00196
Tel. +39 06 68395091
Fax +39 06 45422624
inforoma@crowehorwath-as.it
www.crowehorwath.it

RELAZIONE DELLA SOCIETÀ DI REVISIONE INDIPENDENTE

Ai Soci della

Greenpeace Onlus

Giudizio

Abbiamo svolto la revisione contabile del bilancio d'esercizio della Greenpeace Onlus (di seguito anche Associazione) costituito dallo stato patrimoniale al 31 dicembre 2017, dal rendiconto gestionale per l'esercizio chiuso a tale data e dalla nota integrativa. A nostro giudizio, il bilancio d'esercizio fornisce una rappresentazione veritiera e corretta della situazione patrimoniale e finanziaria dell'Associazione al 31 dicembre 2017, del risultato economico per l'esercizio chiuso a tale data in conformità alle norme italiane che ne disciplinano i criteri di redazione.

Elementi alla base del giudizio

Abbiamo svolto la revisione contabile in conformità ai principi di revisione internazionali (ISA Italia). Le nostre responsabilità ai sensi di tali principi sono ulteriormente descritte nella sezione Responsabilità della società di revisione per la revisione contabile del bilancio d'esercizio della presente relazione. Siamo indipendenti rispetto all'Associazione in conformità alle norme e ai principi in materia di etica e di indipendenza applicabili nell'ordinamento italiano alla revisione contabile del bilancio. Riteniamo di aver acquisito elementi probativi sufficienti ed appropriati su cui basare il nostro giudizio.

Altri aspetti

La presente relazione non è emessa ai sensi di legge.

Responsabilità del Consiglio Direttivo e del Collegio dei Revisori per il bilancio d'esercizio

Il Consiglio Direttivo è responsabile per la redazione del bilancio d'esercizio che fornisca una rappresentazione veritiera e corretta in conformità alle norme che ne disciplinano i criteri di redazione e, nei termini previsti dallo Statuto, per quella parte del controllo interno dagli stessi ritenuta necessaria per consentire la redazione di un bilancio che non contenga errori significativi dovuti a frodi o a comportamenti o eventi non intenzionali.

Il Consiglio Direttivo è responsabile per la valutazione della capacità della Associazione di continuare ad operare come un'entità in funzionamento e, nella redazione del bilancio d'esercizio, per l'appropriatezza dell'utilizzo del presupposto della continuità aziendale, nonché per una adeguata informativa in materia. Il Consiglio Direttivo utilizza il presupposto della continuità aziendale nella redazione del bilancio d'esercizio a meno che abbia valutato che sussistono le condizioni per la liquidazione dell'Associazione o per l'interruzione dell'attività o non abbiano alternative realistiche a tali scelte.

Il Collegio dei Revisori ha la responsabilità della vigilanza, nei termini previsti dallo Statuto, sul processo di predisposizione dell'informativa finanziaria dell'Associazione.

Responsabilità della società di revisione per la revisione contabile del bilancio d'esercizio

I nostri obiettivi sono l'acquisizione di una ragionevole sicurezza che il bilancio d'esercizio nel suo complesso non contenga errori significativi, dovuti a frodi o a comportamenti o eventi non intenzionali, e l'emissione di una relazione di revisione che includa il nostro giudizio. Per ragionevole sicurezza si intende un livello elevato di sicurezza che, tuttavia, non fornisce la garanzia che una revisione contabile svolta in conformità ai principi di revisione internazionali (ISA Italia) individui sempre un errore significativo, qualora esistente. Gli errori possono derivare da frodi o da comportamenti o eventi non intenzionali e sono considerati significativi qualora ci si possa ragionevolmente attendere che essi, singolarmente o nel loro insieme, siano in grado di influenzare le decisioni economiche prese dagli utilizzatori sulla base del bilancio d'esercizio. Nell'ambito della revisione contabile svolta in conformità ai principi di revisione internazionali (ISA Italia), abbiamo esercitato il giudizio professionale e abbiamo mantenuto lo scetticismo professionale per tutta la durata della revisione contabile. Inoltre:

- abbiamo identificato e valutato i rischi di errori significativi nel bilancio d'esercizio, dovuti a frodi o a comportamenti o eventi non intenzionali; abbiamo definito e svolto procedure di revisione in risposta a tali rischi; abbiamo acquisito elementi probativi sufficienti ed appropriati su cui basare il nostro giudizio. Il rischio di non individuare un errore significativo dovuto a frodi è più elevato rispetto al rischio di non individuare un errore significativo derivante da comportamenti o eventi non intenzionali, poiché la frode può implicare l'esistenza di collusioni, falsificazioni, omissioni intenzionali, rappresentazioni fuorvianti o forzature del controllo interno;
- abbiamo acquisito una comprensione del controllo interno rilevante ai fini della revisione contabile allo scopo di definire procedure di revisione appropriate nelle circostanze e non per esprimere un giudizio sull'efficacia del controllo interno dell'Associazione;
- abbiamo valutato l'appropriatezza dei principi contabili utilizzati nonché la ragionevolezza delle stime contabili effettuate dagli amministratori, inclusa la relativa informativa;
- siamo giunti ad una conclusione sull'appropriatezza dell'utilizzo da parte degli amministratori del presupposto della continuità aziendale e, in base agli elementi probativi acquisiti, sull'eventuale esistenza di una incertezza significativa riguardo a eventi o circostanze che possono far sorgere dubbi significativi sulla capacità dell'Associazione di continuare ad operare come un'entità in funzionamento. In presenza di un'incertezza significativa, siamo tenuti a richiamare l'attenzione nella relazione di revisione sulla relativa informativa di bilancio, ovvero, qualora tale informativa sia inadeguata, a riflettere tale circostanza nella formulazione del nostro giudizio. Le nostre conclusioni sono basate sugli elementi probativi acquisiti fino alla data della presente relazione. Tuttavia, eventi o circostanze successivi possono comportare che l'Associazione cessi di operare come un'entità in funzionamento;
- abbiamo valutato la presentazione, la struttura e il contenuto del bilancio d'esercizio nel suo complesso, inclusa l'informativa, e se il bilancio d'esercizio rappresenti le operazioni e gli eventi sottostanti in modo da fornire una corretta rappresentazione.

Abbiamo comunicato ai responsabili delle attività di governance, identificati ad un livello appropriato come richiesto dagli ISA Italia, tra gli altri aspetti, la portata e la tempistica pianificate per la revisione contabile e i risultati significativi emersi, incluse le eventuali carenze significative nel controllo interno identificate nel corso della revisione contabile.

Roma, 30 marzo 2018

Crowe Horwath AS SpA



Fabio Sardelli

(Revisore legale)



Crowe Horwath AS S.p.A.
Revisione e organizzazione contabile
Member Firm of Crowe Horwath International

ROMA
Via Flaminia, 21 – 00196
Tel. +39 06 68395091
Fax +39 06 45422624
inforoma@crowehorwath-as.it
www.crowehorwath.it

RELAZIONE DELLA SOCIETÀ DI REVISIONE INDIPENDENTE

All'Assemblea dei soci
della GREENPEACE O.N.L.U.S.

Abbiamo svolto un esame limitato ("limited assurance engagement") del bilancio sociale e di sostenibilità della Greenpeace Onlus (di seguito Associazione) per l'esercizio chiuso al 31 dicembre 2017.

Responsabilità del Consiglio Direttivo per il bilancio di sostenibilità

Gli Amministratori sono responsabili per la redazione del bilancio di sostenibilità in conformità alle linee guida "G4 Sustainability Reporting Guidelines" definite nel 2013 dal GRI - Global Reporting Initiative e dal supplemento di settore "NGO Sector Disclosures" definite nel 2013 dal GRI, indicate nel paragrafo "Nota metodologica" del bilancio di sostenibilità, e per quella parte del controllo interno che essi ritengono necessaria al fine di consentire la redazione di un bilancio di sostenibilità che non contenga errori significativi, anche dovuti a frodi o a comportamenti o eventi non intenzionali. Gli Amministratori sono altresì responsabili per la definizione degli obiettivi della Greenpeace Onlus in relazione alla performance di sostenibilità e alla rendicontazione dei risultati conseguiti, nonché per l'identificazione degli stakeholder e degli aspetti significativi da rendicontare.

Responsabilità della società di revisione

E' nostra la responsabilità della redazione della presente relazione sulla base delle procedure svolte. Il nostro lavoro è stato svolto secondo i criteri indicati nel principio "International Standard on Assurance Engagements 3000 - Assurance Engagements other than Audits or Reviews of Historical Financial Information" ("ISAE 3000"), emanato dall'International Auditing and Assurance Standards Board per gli incarichi che consistono in un esame limitato. Tale principio richiede il rispetto dei principi etici applicabili, compresi quelli in materia di indipendenza, nonché la pianificazione e lo svolgimento del nostro lavoro al fine di acquisire una sicurezza limitata che il bilancio di sostenibilità non contenga errori significativi. Tali procedure hanno compreso colloqui, prevalentemente con il personale dell'Associazione responsabile per la predisposizione delle informazioni presentate nel bilancio di sostenibilità, analisi di documenti, ricalcoli ed altre procedure volte all'acquisizione di evidenze ritenute utili.

Le procedure svolte sul bilancio di sostenibilità hanno riguardato il rispetto dei principi per la definizione del contenuto e della qualità del bilancio di sostenibilità, nei quali si articolano le "G4 Content Index – NGO Sector Disclosures", e sono riepilogate di seguito:

- comparazione tra i dati e le informazioni di carattere economico-finanziario riportati nel paragrafo 5 del bilancio di sostenibilità e i dati e le informazioni inclusi nel bilancio d'esercizio dell'Associazione al 31 dicembre 2017, sul quale abbiamo emesso la relazione, in data 4 Aprile 2018;

MILANO ROMA TORINO PADOVA GENOVA

Crowe Horwath AS S.p.A.
Sede Legale e Amministrativa
Via Leone XIII, 14 – 20145 Milano

Capitale Sociale € 533.618 i.v. - Iscritta al Registro delle Imprese di Milano
Codice fiscale, P.IVA e numero iscrizione: 01414060200
Iscritta nel Registro dei Revisori presso il Ministero dell'Economia e delle Finanze (D.M. del 12.04.1995)

UNI EN ISO 9001:2015



SISTEMA DI GESTIONE
QUALITÀ CERTIFICATO

- analisi, tramite interviste, del sistema di governo e del processo di gestione dei temi connessi allo sviluppo sostenibile inerenti la strategia e l'operatività dell'Associazione;
- analisi del processo di definizione degli aspetti significativi rendicontati nel bilancio di sostenibilità, con riferimento alle modalità di identificazione in termini di loro priorità per le diverse categorie di stakeholder e alla validazione interna delle risultanze del processo;
- analisi delle modalità di funzionamento dei processi che sottendono alla generazione, rilevazione e gestione dei dati quantitativi inclusi nel bilancio di sostenibilità. In particolare, abbiamo svolto:
 - interviste e discussioni con il personale della Direzione della Greenpeace Onlus, al fine di raccogliere informazioni circa il sistema informativo, contabile e di reporting in essere per la predisposizione del bilancio di sostenibilità, nonché circa i processi e le procedure di controllo interno che supportano la raccolta, l'aggregazione, l'elaborazione e la trasmissione dei dati e delle informazioni alla funzione responsabile della predisposizione del bilancio di sostenibilità;
 - analisi a campione della documentazione di supporto alla predisposizione del bilancio di sostenibilità, al fine di ottenere evidenza dei processi in atto, della loro adeguatezza e del funzionamento del sistema di controllo interno per il corretto trattamento dei dati e delle informazioni in relazione agli obiettivi descritti nel bilancio di sostenibilità;
- analisi della conformità e della coerenza interna delle informazioni qualitative riportate nel bilancio di sostenibilità rispetto alle linee guida identificate nel paragrafo "Responsabilità degli Amministratori per il bilancio di sostenibilità" della presente relazione;
- analisi del processo di coinvolgimento degli stakeholder, con riferimento alle modalità utilizzate, mediante l'analisi dei verbali riassuntivi o dell'eventuale altra documentazione esistente circa gli aspetti salienti emersi dal confronto con gli stessi;
- ottenimento della lettera di attestazione, sottoscritta dal legale rappresentante della Greenpeace Onlus, sulla conformità del bilancio di sostenibilità alle linee guida indicate nel paragrafo "Responsabilità degli Amministratori per il bilancio di sostenibilità", nonché sull'attendibilità e completezza delle informazioni e dei dati in esso contenuti.

I dati e le informazioni oggetto dell'esame limitato sono riportati, come previsto dalle "G4 Sustainability Reporting Guidelines", nella tabella del "GRI Content Index" del bilancio di sostenibilità.

Il nostro esame ha comportato un'estensione di lavoro inferiore a quello da svolgere per un esame completo secondo l'ISAE 3000 ("reasonable assurance engagement") e, conseguentemente, non ci consente di avere la sicurezza di essere venuti a conoscenza di tutti i fatti e le circostanze significativi che potrebbero essere identificati con lo svolgimento di tale esame.

Conclusione

Sulla base del lavoro svolto, non sono pervenuti alla nostra attenzione elementi che ci facciano ritenere che il bilancio di sostenibilità della Greenpeace Onlus al 31 dicembre 2017 non sia stato redatto, in tutti gli aspetti significativi, in conformità alle linee guida "G4 Sustainability Reporting Guidelines" definite nel 2011 dal GRI - Global Reporting Initiative come descritto nel paragrafo "Nota metodologica" del bilancio di sostenibilità.

Roma, 4 aprile 2018

Crowe Horwath AS SpA



Fabio Sardelli
(Revisore Legale)

Greenpeace Onlus

Via della Cordonata, 7

00187 Roma

telefono 06.68136061

info.it@greenpeace.org

www.greenpeace.it